

Додаток А  
Копії публікацій

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:  
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

**I Міжнародна науково-практична конференція**

**3 листопада 2020 року**

Харків 2020

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.) / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. 380 с.

У збірнику містяться матеріали, що були подані на I Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта» (м. Харків, 3 листопада 2020 року).

Для науковців, викладачів, аспірантів, а також фахівців, що займаються дослідженням питань соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки підприємств, галузей, регіонів та країни.

**УДК 330.341; 338.24; 005 (06)**  
**ББК 65; 65.050.2**  
**Я 431**

*Автори є цілком відповідальними за висловлені ідеї, висновки та пропозиції.  
Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.  
У разі використання матеріалів збірника посилання на авторів і видання обов'язкове.  
Розповсюджувати та тиражувати без офіційного дозволу ХНУРЕ забороняється.*

© Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою, 2020  
© Харківський національний університет радіоелектроніки, 2020  
© Колектив авторів, 2020

<i>Гузенко Д. В.</i>	
<b>МОДЕРНИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ.....</b>	<b>86</b>
<i>Діденко Є. В.</i>	
<b>МОДЕЛЬ ПРОСУВАННЯ КРУЇЗНИХ ТУРІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ .....</b>	<b>91</b>
<i>Діденко Є. В., Бабасєв Р.</i>	
<b>ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>96</b>
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
<b>СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ .....</b>	<b>99</b>
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
<b>НЕПАРАМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО ПРОТИКОРОНАВІРУСНОЇ ВАКЦИНАЦІЇ.....</b>	<b>104</b>
<i>Іванова В. Б., Бузецька К. І.</i>	
<b>ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ .....</b>	<b>108</b>
<i>Іванова В. Б., Давіденко А. І.</i>	
<b>ІНСТРУМЕНТИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ .....</b>	<b>113</b>
<i>Іванова В. Б., Литвинова А. В.</i>	
<b>ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА: ХАРАКТЕРНІ РИСИ .....</b>	<b>118</b>
<i>Іванова В. Б., Петренко М. А.</i>	
<b>ГОЛОВНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ .....</b>	<b>122</b>
<i>Іващенко Г. А., Куцєвол В. О.</i>	
<b>ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>127</b>
<i>Іващенко Г. А., Рожнова Т. Ю.</i>	
<b>ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>132</b>
<i>Іващенко Г. А., Хівренко О. А.</i>	
<b>СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>136</b>
<i>Карпенко Ю. В., Пенєва А. І.</i>	
<b>ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....</b>	<b>140</b>
<i>Кирий В. В., Мірошиниченко Д. Д.</i>	
<b>ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>144</b>
<i>Кирий В. В., Шелефонтьєв В. Р.</i>	
<b>ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ.....</b>	<b>148</b>
<i>Кирий В. В., Шемшєра В. А.</i>	
<b>ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>152</b>
<i>Кішинський Н. В.</i>	
<b>ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>157</b>
<i>Колупасєва І. В., Ткаченко А. Г.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНА СУТЬ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>161</b>

**Кириї В. В.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної  
кібернетики та управління економічною безпекою,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

**Мірошниченко Д. Д.,**

*студент,  
Харківський національний університет радіоелектроніки*

### **ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Сучасний ринок за багатьма сферами набуває ознак висококонкурентного ринку, конкуренція між суб'єктами господарської діяльності відбувається не тільки за групи споживачів, а майже за кожного окремого споживача. Цьому сприяє багато факторів, в тому числі значне розповсюдження цифрових технологій, яке значно наближує виробників до споживачів, індивідуалізація ринку споживчих товарів, зміна пріоритетів споживання за ознаками доходів, доступності до глобальної мережі Internet, рівня освіти та економічної стабільності економік. Крім розгалужених світових ринків товарів та послуг промислового виробництва та споживання, де суттєвий вплив на результати діяльності мають ефекти масштабування останнім часом значною конкурентною перевагою та запорукою економічної безпеки стає розвиток нових сфер, де формування попиту та пропозиції товарів та послуг супроводжується поєднанням найсучаснішого розвитку науки та технологій з традиційними знаннями, новітнім використанням відомих технологій.

Так, починаючи з 90-х років ХХ століття ринкова економіка набуває рис креативної економіки. Вона будується на отриманні доданої вартості за рахунок використання результату людської креативної розумової діяльності. Згідно з доповіддю ООН про креативну економіку, така економіка – це синергія

економічних, культурних та соціальних аспектів з технологіями, інтелектуальною власністю та туристичними об'єктами. Ядром креативної економіки є креативні індустрії. До категорій, які поширені в креативній економіці, належать архітектура, реклама, ринок об'єктів мистецтва та антикваріату, публіцистика, музика, відео- та комп'ютерні ігри тощо [1]. Процес перетворення ідеї на товар, що лежить у основі креативної економіки, нерозривно пов'язаний з інтелектуальною власністю та її комерціалізацією.

Початковий перехід до креативної економіки відбувався у країнах з розвинутою економікою. Але однією з тенденцій минулого десятиліття стало набуття економіками, що розвиваються, рис креативної економіки. Особливе місце посідають в цьому сенсі країни Азії – Китай, Гонконг, Південна Корея тощо, в яких розвиток креативної економіки відбувається з високою швидкістю. Україна відноситься до країн з перехідною економікою та посідає вищі щаблі за обсягом експорту креативних товарів у Східній Європі [2], що є однією з ознак поступового переходу України до креативної економіки. За даними ООН, об'єм експорту креативних товарів збільшився з 238,73 млн доларів у 2004 році до 768,27 млн доларів у 2015 році. Основними експортними товарами України є продукція модної індустрії, прикладного мистецтва та публіцистики, послуги у сфері ІТ. Основні регіони експорту – Європа (78%) та Азія (22%). Такі напрями пов'язані з особливостями економіки України, неможливості в наслідок політико-економічної ситуації значних інвестиційних програм в промисловості, наявний науково-практичний та освітній потенціал, що спонукає розробці креативних та інноваційних за економічною дією рішень щодо виробництва, процесів розподілу та споживання. Забезпечення безпеки використання об'єктів інтелектуальної власності, як продукції креативних індустрій, і для виробників і для споживачів такої продукції повинно забезпечуватись на законодавчому, економічному та етичному підґрунті.

Розвиток законодавчої бази України в напрямі правових актів щодо охорони об'єктів інтелектуальної власності – патентів, авторських та суміжних

прав, торгівельних марок, географічних зазначень, топографії інтегрованих систем, організацій колективного управління тощо – має достатню історію, яка започаткована ще за радянських часів. Однак сучасні виклики інформаційної доступності та розгалуженості є актуальними для більшості країн, в тому числі і для нашої. В Україні було розроблено законопроекти щодо підвищення стримуючих кримінальних покарань за порушення прав інтелектуальної власності, а також для поліпшення митного контролю. Розпочато створення спеціалізованого Вищого Суду з питань інтелектуальної власності, прийнято Закон «Про державну підтримку кінематографії в Україні», який встановлює кримінальне покарання за нелегальний відеозапис та роз'яснює можливе покарання за Інтернет-піратство. Створення обмеження відповідальності в цьому законі є ще одним важливим кроком вперед [3].

Незважаючи на ці покращення, певні аспекти закону стали причиною виникнення занепокоєнь у різних зацікавлених груп, які повідомляють, що певні зобов'язання та відповідальності, поставлені новим законом, занадто неоднозначні або занадто обтяжливі, щоб сприяти ефективному і дієвому реагуванню на інтернет-піратство. Країни Європи та США спонукають Україну до активної взаємодії з вищезгаданими групами заради забезпечення ефективності та дієвості без пекових відповідей на Інтернет-піратств [3].

Отже, існують певні передумови для формування механізму забезпечення безпеки підприємств в процесі захисту їх інтелектуальної власності, моделювання процесу комерціалізації інтелектуальної власності в Україні в умовах сучасної економіки. Серед цих передумов можна виділити підвищення темпів розвитку законодавчої бази щодо інтелектуальної власності в Україні та наявність рис креативної економіки у вітчизняній економіці.

В умовах креативної економіки комерціалізація інтелектуальної власності в цілому та інноваційного продукту зокрема є питанням безпеки суб'єкта, що володіє інтелектуальною власністю, оскільки за рахунок успішної комерціалізації відбувається відшкодування витрат новатора на створення інноваційного продукту і отримання очікуваного прибутку від своєї діяльності і

новатором і користувачем його інновацій [4]. Таким чином формування відповідного забезпечення щодо організації захисту інтелектуальної власності підприємства, формування бізнес-процесів щодо пошуку та економічно-обґрунтованому використанню актуальних існуючих та захищених об'єктів інтелектуальної власності є новим напрямом роботи підприємств України. Комерціалізація інтелектуальної власності є важливим для економіки процесом, адже передбачає відшкодування витрат та отримання прибутку всіма учасниками процесу. Моделювання процесу комерціалізації інтелектуальної власності в Україні вимагає створення комплексного підходу. Він повинен враховувати наведені вище фактори, а також ряд інших факторів: спосіб формування вартості об'єкту інтелектуальної власності; тип об'єкту інтелектуальної власності; ступінь інноваційності об'єкту інтелектуальної власності; механізм переходу права власності на об'єкт інтелектуальної власності.

Тому необхідно застосовувати комплексну модель управління безпекою та комерціалізації інтелектуальної власності. Така модель передбачає визначення об'єкту інтелектуальної власності, формування його вартості та формування механізму переходу права власності на об'єкт інтелектуальної власності.

#### **Перелік джерел посилання**

1. UNCTAD (2010) *Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva: UNCTAD
2. UNCTAD (2018) *Creative Economy Outlook: Country Profiles*. URL: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2328>
3. The Office of the United States Trade Representative: 2018 Special 301 Report. URL: <https://ustr.gov/sites/default/files/files/Press/Reports/2018%20Special%20301.pdf>
4. Серпухов М. Ю. Формування стратегії управління комерціалізацією інноваційної продукції підприємства. *Бізнес Інформ*. 2009. № 11(2). С. 85-87.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**ЕКОНОМІЧНІ ТА БЕЗПЕКОВІ ВИКЛИКИ  
СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

**Колективна монографія**

Харків 2020

УДК 330.131

*Рекомендовано Науково-технічною радою  
Харківського національного університету радіоелектроніки  
(протокол №11 від 19.11.2020)*

#### **Рецензенти**

*Труніна І. М., доктор економічних наук, професор, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.*

*Тульчинська С. О., доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».*

*Белікова Н. В., доктор економічних наук, доцент, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України.*

**ISBN 978-966-659-289-0**

Економічні та безпекові виклики сучасного бізнес-середовища: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т. В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2020. 448 с.

Монографію присвячено дослідженню проблем господарювання економічних агентів на всіх рівнях управління та питанням забезпечення економічної безпеки діяльності окремих підприємств, галузей, регіонів та країни в цілому. Монографія є результатом теоретичних і практичних досліджень з удосконалення науково-методичного забезпечення функціонування суб'єктів господарювання на мікро- та макроекономічному рівнях.

Монографія базується на матеріалах I-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта».

Монографія призначена для науковців, викладачів, аспірантів, а також фахівців, що займаються дослідженням питань соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки підприємств, галузей, регіонів та країни.

Відповідальність за зміст та достовірність матеріалів несуть автори. Редакція залишає за собою право не публікувати матеріали, що не відповідають формату видання, а також істотно змінювати зміст текстів за узгодженням з автором. Думка авторів може не співпадати з думкою членів редколегії.

**ISBN 978-966-659-289-0**

**DOI: 10.30837/978-966-659-289-0**

© Колектив авторів, 2020

© Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою, 2020

© Харківський національний університет радіоелектроніки, 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>РОЗДІЛ 1</b>	
<b>ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД</b>	
<i>Baiba Šavriņa, Santa Sproģe-Rimša, Patrīcija Lipaja</i> <b>ENTREPRENEURIAL EDUCATION TO PROMOTE THE CREATION OF OWN BUSINESS INSTEAD OF YOUTH UNEMPLOYMENT OR EMIGRATION (CASE OF LATVIA)</b> .....	11
<i>Sheiko Iryna, Storozhenko Oleksandra</i> <b>EXPERIENCE OF EUROPEAN DIGITAL MARKET FUNCTIONING AND DIGITALIZATION IN UKRAINE</b> .....	26
<i>Sheiko Iryna, Storozhenko Oleksandra</i> <b>UKRAINE AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES: PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT AGAINST THE COVID-19 PANDEMIC</b> .....	38
<i>László Vértesy, Valéria Széplaki</i> <b>OUTSOURCING INSURANCE RISKS AND REINSURANCE: EUROPEAN SOLUTIONS</b> .....	48
<i>Бабайлов В. К., Приходько Д. О.</i> <b>ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ</b> .....	56
<i>Діденко Є. В.</i> <b>ДО ПИТАННЯ ПРО ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ КРАЇНИ</b> .....	66
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i> <b>СТРАТИФІКАЦІЯ ГРУПИ РИЗИКУ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА ОСНОВА ПРОТИЕПІДЕМІОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ДЕРЖАВИ</b> .....	81
<i>Мурзабулатова О. В., Курденко О. В.</i> <b>УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</b> .....	90
<i>Носова О. В., Книш А. С.</i> <b>АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ, ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ</b> .....	104
<i>Овсюченко Ю. В., Пересада О. В.</i> <b>МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ</b> .....	112
<i>Прокопенко В. Ю., Каверіна Ю. В.</i> <b>ВІПЛИВ РЕЛІГІЇ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК</b> .....	124

<i>Кирий В. В., Мірошниченко Д. Д.</i>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ НА ВИСОКОКОНКУРЕНТНОМУ РИНКУ.....</b>	<b>375</b>
<i>Колісник О. В., Буркан Є. А.</i>	
<b>ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>383</b>
<i>Мурзабулатова О. В., Бабаєв Рахман</i>	
<b>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>390</b>
<i>Мусієнко В. О., Іванова В. Б.</i>	
<b>МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>397</b>
<i>Полозова Т. В., Абдуллаєв Акбар Ібадулла огли</i>	
<b>СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>409</b>
<i>Полозова Т. В., Ал-Касеасбех Ахмад Закарія Саламех</i>	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>419</b>
<i>Прібильнова І. Б., Вадіянц А. Р.</i>	
<b>ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....</b>	<b>427</b>
<i>Солодкий В. С.</i>	
<b>СИСТЕМА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>436</b>

**Кириї В. В.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної  
кібернетики та управління економічною безпекою,*

*Харківський національний університет радіоелектроніки*

**Мірошниченко Д. Д.,**

*студент,*

*Харківський національний університет радіоелектроніки*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ НА ВИСОКОКОНКУРЕНТНОМУ РИНКУ**

Багато глобальних ринків в реаліях висококонкурентної боротьби і суперечливого динамізму є інтересними не тільки, завдяки своїм масштабам, специфіці та проблемам розвитку, а завдяки соціальній спрямованості і значенням для забезпечення не тільки національної, а й світової безпеки, не зважаючи на їх ролі в формуванні майбутнього на глобальній карті виробництва і споживання. Такі ринки, без сумніву, характеризуються високим рівнем рентабельності та прибутковості, потенціалом освіти і підтримки кластерних утворень на стику національних кордонів, інтересів і амбіцій. Дослідження цих ринків є основою для визначення можливостей подальшого розгалуження досвіду діяльності, методів забезпечення безпеки, інструментів та механізмів виживання.

Багато напрямів економічної діяльності згадуються в науковій та публіцистичній літературі як «конкурентні», «висококонкурентні», «такі, що швидко розвиваються» та інші ринки. Насамперед таким ознаками наділяються ринки, що мають де-які спільні риси, що стосуються параметрів розвитку, використання новітніх досягнень науки, застосування цифрових технологій та інше. Якщо перейти до безпосереднього аналізу, то очевидними стануть наступні їх інституціональні характеристики:

– глобальна стандартизація виробництва і дистрибуції (GMP, GLP, GDP);

- зростання ролі міждержавного регулювання ринку;
- збільшення витрат на створення, виробництво і впровадження товарів та послуг на ринок та протилежна тенденція зниження вартості входження на ринок;
- дефіцит інновацій;
- збільшення асортименту продукції та диверсифікація продуктивних портфелів компаній;
- переважний перехід від орієнтації на виробництво оригінальних продуктів;
- переорієнтація ринку продавця на ринок покупця.

Останні три ознаки характеризують безпосередньо вже економічні особливості висококонкурентного ринку. Більш детальна характеристика та ознаки сучасного висококонкурентного ринку представлена на рис. 1.



Рисунок 1 – Основні ознаки висококонкурентного ринку

*Джерело: запропоновано авторами*

Необхідно зазначити, що більшість ринків B2C є висококонкурентними, з надлишком продукції, пропозиція вища за попит, а перевантаженість таких ринків становить додаткові загрози для безпеки діяльності виробників.

Існує п'ять форм, що відображають перевантаженість ринку та по-різному впливають на безпеку підприємств:

- продуктова перевантаженість, що утворюється в разі надлишку продуктів і послуг;
- функціональна перевантаженість – надлишок товарних функцій;
- рекламна перевантаженість, така, що з'являється при надмірному переліку рекламних повідомлень;
- інформаційна перевантаженість проявляється надмірною кількістю інформаційних елементів, що припадають на одиницю рекламного повідомлення;
- перевантаженість засобами, що характеризується надлишком конкуруючих медіаканалів.

В результаті конкурентної боротьби серед великої кількості різноманітних товарів, послуг, інформації, підприємства почали боротися з перевантаженістю і тим самим створили найбільшу перевантаженість ринку. Все це призвело до того, що намагаючись загасити полум'я, вони підлили ще більше бензину в нього. Сьогодні на ринку перед споживачем стоїть вибір товарів з 40 тис. найменувань. Кожен продукт або послуга мають свої характеристики і володіє власними функціями. Їх збільшення сприяє розвитку продуктів в майбутньому, додаючи ще більшу кількість продуктів на ринку. Кількість рекламних повідомлень щодня збільшується і на сьогодні становить приблизно 3000 на добу, тоді як при відкритті закону Мура ця цифра сягала 1500 в день.

Мозок людини знайшов спосіб боротьби з перевантаженістю – її блокування: відкладаються найбільш цікаві та корисні елементи в пам'яті. Після того, як осередок пам'яті наповнюється, нова інформація ігнорується. Це сильно відбилося на принципі конкуренції серед підприємств. Єдиним виходом успіху на ринку став конкурентний бар'єр. Найбільш дотичним в цьому сенсі є

визначення ринкового бар'єра, надане Анною Дуцькою «ринковий бар'єр – це механізм обмеження конкуренції на певному ринку, що складається з сукупності об'єктивних та суб'єктивних факторів та має своїм результатом недопущення появи на ринку потенційних учасників конкурентних відносин шляхом встановлення перешкод на вхід та вихід з ринку» [1]. Так, якщо розглядати глобальні бар'єри, в період розвитку промисловості основною перевагою була наявність виробничих засобів та запасів. Після того, як промислове виробництво з'явилося в більшості компаній, місце бар'єру зайняли заводи, які могли лідирувати, розширюючи своє виробництво, набираючи добре навчених людей і збільшуючи ефективність конвеєрів. В даний час, основною конкурентною перевагою стають наявність інновацій у розвитку підприємства та постійне збільшення їх кількості. Прискорюючи інноваційні дослідження та оновлюючи сучасні компоненти створюються умови, коли вчорашні патенти втрачають наявну цінність. Відповідно в області застосування і пошуку бар'єрів утворилася велика тріщина, що виключає можливість процвітання бізнесу. І це є вагомою причиною зростання кількості патентів у світі, що висвітлює також і розвиток впровадження інновацій у виробництво. На рис. 2 зображено динаміку світових показників інтелектуальної власності.

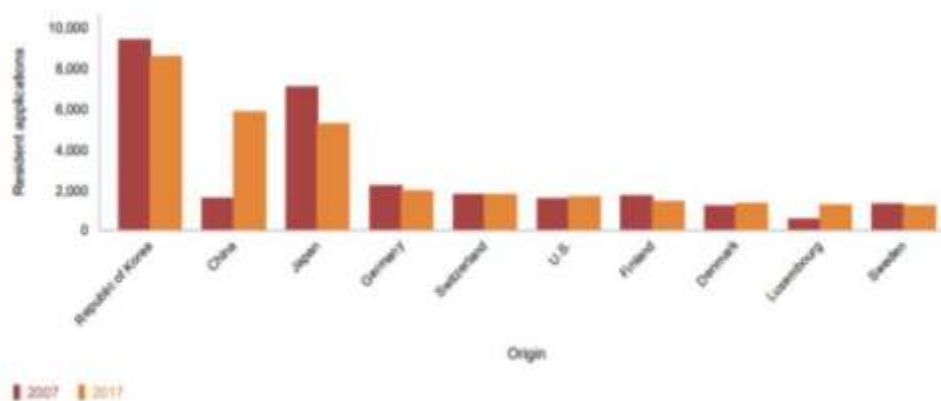


Рисунок 2 – Кількість патентних заявок резидентів на мільярд доларів США ВВП для 10 провідних країн походження, 2007 і 2017 рр.

Джерело: Світові показники інтелектуальної власності 2018 [2]

Підтвердженням впливу інновацій на ринках високої конкуренції є результати оцінок експертів таких ринків – 63% фахівців вважають, що нові технології здатні збільшити якість харчової продукції. Фармацевтичний ринок базується на провідних дослідженнях, а його оновлення відбувається майже не щороку [3, 4].

Ще один вагома ознака висококонкурентного ринку – перевантаженість рекламою. На сьогодні змінюється буденне сприйняття реклами, що було значною потужною силою просування продуктів компаній. Через те, що засоби масової інформації поділяються на безліч дрібних медіаканалів, намагаючись отримати більшу аудиторію, витрати на рекламу постійно збільшуються і вимагають великих вкладень. Однак, незважаючи на те, що реклама збільшилася за останні роки на 75 %, її питома вага під час прийняття окремого рішення зменшується, люди все менше і менше уваги звертають на пропонуваній товар, послуги і що міститься в них. Споживачі перевантажені медіа рекламою і перестали вірити рекламної інформації. І тут виокремлюється наступний елемент – інформаційна перевантаженість споживачів та покупців. Найкращий спосіб реклами на сьогоднішній день – особиста реклама, люди стали прислухатися до слів друзів, знайомих, родичів, так зване «сарафанне радіо». Саме тому на такому конкурентному ринку як ринок їжі, побутових засобів, косметик тощо з'явилися бренди, які сповідають мережевий маркетинг.

Висококонкурентний ринок вимагає створення чогось радикально нового, а не поліпшення та адаптацію існуючого. Нові переваги компаній з'являються через створення значних оновлень, внесення радикальних нововведень. Новий продукт або введені нововведення дозволять отримати іншу ринкову нішу і отримувати високий дохід протягом де-якого часу. Створення чогось нового, незвичного вимагає значних витрат, однак це того варто. Повторюючи щось за тим, що роблять інші, неможливо добитися лідерства. Отже, потрібно розробляти і запроваджувати нові інновації, залучаючи для цього здатних цікавих людей, продумувати кожен тонкість реклами і тільки після ретельного і наполегливої праці можна буде розраховувати на лідерські позиції.

Безпека функціонування на висококонкурентному ринку формується на основі його аналізу. Конкурентний аналіз, або аналіз конкурентів це всебічне вивчення конкурентів, що охоплює бізнес-показники, аналіз продукту і, що найважливіше, оцінку їх маркетингу. Він складається з кількох основних кроків (рис. 3).



Рисунок 3 – Етапи конкурентного аналізу

*Джерело: складено авторами*

Існує безліч методів аналізу конкурентів для оцінки їх переваги. Розглянемо найбільш поширені методи, що стосуються менеджменту безпеки діяльності.

**SWOT-аналіз.** Даний аналіз найбільшою мірою відомий серед інших методів. За допомогою SWOT-аналіз у організації з'являється можливість розробити свою стратегію поведінки, врахувати переваги та недоліки, загрози і можливості, а також сильні і слабкі сторони.

**PEST-аналіз.** Даний аналіз допомагає розкрити економічні, політичні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть якось вплинути на функціонування та безпеку діяльності організації. За підсумком

аналізу складається матриця, в якій видно ступінь впливу будь-якого фактору на організацію.

Конкурентна модель по М. Портеру. Проаналізувавши конкурентне середовище і визначивши конкурентне становище організації, можна зробити висновок, чи зможе організація конкурувати в подальшому. Модель п'яти сил М. Портера і аналіз витрат конкурентів будуть корисні для проведення аналізу.

Модель п'яти сил сприяє проведенню, на основі визначення інтенсивності конкуренції, структурного аналізу, а також дає можливість своєчасно досліджувати загрози проникнення на ринок конкурентів, які потенційно можуть погіршити становище на ринку організації. Надає можливість досліджувати і визначити владу покупців, владу постачальників, запобігти загрозам з боку заміників товару або послуги [6]. Такий аналіз уможлиблює ранжування особливо небезпечних груп впливу.

Для того, щоб організація мала високі позиції, необхідна стратегія охоплення ринку. У цьому підприємству допоможе сегментація ринку. Метою сегментації ринку є прагнення максимального проникнення підприємства на такі сегменти ринку, де у неї є перевага, щоб направити в ці сегменти свої основні маркетингові зусилля [6].

Після того, як підприємство визначилося з вибором цільового ринку, виробляється маркетингова стратегія, націлена на даний сегмент. Проробивши аналіз споживачів, можна виявити переваги, смаки споживачів, їх вимоги і ставлення до продукції організації. Після цього аналізу можна зробити висновок, яка маркетингова стратегія буде доцільною, можливо, які загрози в такому випадку можуть з'явитися для цінової політики, як оптимізувати канали збуту та поліпшити рекламну компанію.

Успіх організації на висококонкурентному ринку не тільки в удосконаленні продукції, але і в правильному просуванні товару [7]. Ринок товарів з високою оборотністю динамічний, відрізняється високою конкуренцією і мінливістю. Для ефективного розвитку, корекції обсягів виробництва і оперативності реагування необхідно бути в курсі всіх коливань і

змін. Традиційні «ручні» системи обліку і стандартні взаємини між виробником і дистриб'ютором реалізувати якісну систему взаємодії не здатні. Необхідний точний контроль в режимі реального часу і максимальна автоматизація моніторингу фінансово-економічної безпеки. Тільки такий підхід гарантує оптимізацію витрат, стабільне зростання продажів і забезпечить охоплення гідної частки ринку. Обсяг даних в сфері роздрібно́ї торгівлі неймовірно великий: угоди, ланцюжки поставок, поведінка покупців, тенденції, продажі по різних каналах і глобальне охоплення та ін. Для правильного аналізу всіх цих даних необхідні масштабованість, зручність і доступність відповідних інструментів, а також постійне підключення до джерел інформації.

#### Перелік джерел посилання

1. Дуцька А. С. Ринкові бар'єри та їх вплив на розвиток конкурентних відносин. *Актуальні проблеми економіки*, 2016. №4(178). С. 17-22.
2. World Intellectual Property Indicators 2018 URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_941\\_2018.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2018.pdf) (дата звернення: 15.10.2020).
3. Доверяй, но проверяй: Новые вызовы и возможности на продовольственном рынке URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/food-trust-survey-2017-rus.pdf> (дата звернення: 30.10.2020).
4. The Global Innovation Environment *GE Global Innovation Barometer*. 2012. 32 p. URL: <http://www.files.gereports.com/wpcontent/uploads/2012/01/GIB-results.pdf>.
5. Бренд на высококонкурентном рынке URL: [https://zg-brand.ru/branding/brend\\_na\\_vysokokonkurentnom\\_rynke/](https://zg-brand.ru/branding/brend_na_vysokokonkurentnom_rynke/)
6. Як зробити конкурентний аналіз компанії та оцінити своє місце на ринку URL: <https://bakertilly.ua/news/id47643>.
7. Гордуновський О. М. Особливості формування вітчизняного ринку споживчих товарів *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2568>.