

фінансування сфери пожежної безпеки з урахуванням досвіду розвинутих країн світу.

Список використаних джерел:

1. Рясна Н.О. Основні показники соціальної складової економічної безпеки регіону / Н.О. Рясна // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Культура і соціальні комунікації.* – 2012. – Вип. 3. – С. 126-133.
2. Мартин О.М. Економічна безпека як складова національної безпеки / О.М. Мартин // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Економіка.* – 2013. – Вип. 22. – С.68-74.
3. Мартин О.М. Пожежна безпека Причорноморського регіону в контексті взаємозв'язку з економічною безпекою регіону / О.М. Мартин, П.П. Дубинецька // *Причорноморські економічні студії. Науковий журнал.* – 2016. – Вип. 7. – С. 179-184.
4. Статистика пожеж [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www. undicz.mns.gov.ua/content/stat.html](http://www.undicz.mns.gov.ua/content/stat.html).

Мігус І.П., д.е.н., професор,
завідувач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТРАТЕГІЯ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ З ПОЗИЦІЙ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

На теперішньому етапі свого розвитку Україна здійснює інтеграцію в європейський освітній простір, що зумовлює підвищення вимог з боку різних осіб (абітурієнтів, студентів, викладачів, місцевих органів влади та інших) до якості освітніх послуг. Саме тому використання клієнтоорієнтованого підходу в діяльності вищого навчального закладу набуває все більшої ваги, що змушує їх вдосконалювати наявні та шукати нові механізми взаємодії з цільовими аудиторіями.

Для розуміння особливостей поведінки споживачів освітніх послуг і важелів впливу на неї навчальному закладу слід обирати і використовувати дієві форми комунікацій, створювати унікальний освітній продукт та інші елементи маркетингового комплексу, що, зі свого боку, забезпечує конкретному ВНЗ конкурентну перевагу порівняно з іншими учасниками ринку освітніх послуг.

Незважаючи на зростання кількості досліджень, присвячених маркетингу освітніх послуг, недостатньо з'ясованими залишаються аспекти впливу інформації про ВНЗ на поведінку зацікавлених осіб, яка, зі свого боку, безпосередньо впливає на економічну безпеку вітчизняних ВНЗ.

Розробка клієнтоорієнтованого підходу до стратегічного розвитку ВНЗ з позицій економічної безпеки передбачає наступні етапи:

- формулювання мети і завдань, які дають підстави вдосконалити стратегію залучення споживачів освітніх послуг з позицій економічної безпеки;
- визначення функцій і принципів вдосконалення стратегії ВНЗ щодо залучення споживачів освітніх послуг з позицій економічної безпеки;
- виокремлення споживачів освітніх послуг;

- розробка напрямів реалізації стратегії залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки.

У зв'язку із цим вважаємо за потрібне представити авторське визначення поняття «стратегія залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки» - це процес формування перспективного напрямку розвитку ВНЗ на підставах клієнтоорієнтованого підходу, який сприятиме наповненню бюджету за рахунок надання якісних освітніх послуг та формування позитивного іміджу серед громадськості, що позитивно вплине на стан його економічної безпеки.

Невід'ємними складовими зазначеної стратегії є формулювання мети і завдань його реалізації.

На нашу думку, *метою* стратегії залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки є організації діалогу між ВНЗ і різними групами зацікавлених осіб, за якої буде залучено максимально можливу кількість споживачів освітніх послуг та забезпечено економічну безпеку ВНЗ.

Серед основних *завдань* щодо реалізації стратегії залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки пропонуємо такі:

- ідентифікація та систематизація основних споживачів освітніх послуг;
- організація та проведення діалогів різних типів з окремими групами споживачів освітніх послуг;
- розробка заходів щодо залучення споживачів освітніх послуг із врахуванням попередньо отриманої інформації;
- розробка органіграм (інформаційних і документаційних потоків) для подання інформації окремим категоріям споживачів освітніх послуг;
- удосконалення організаційної структури ВНЗ, орієнтованої на залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки.

На нашу думку, основними *функціями* вдосконалення стратегії ВНЗ щодо залучення споживачів освітніх послуг з позицій економічної безпеки є:

- організаційна – полягає в організації взаємовідносин між ВНЗ та різними групами споживачів освітніх послуг задля їх залучення та забезпечення економічної безпеки ВНЗ;
- інформаційна – полягає в інформуванні різних категорій споживачів освітніх послуг про економічні, освітні, наукові, фінансові та інші напрями діяльності ВНЗ, що сприятиме зростанню довіри до університету та забезпечить його економічну безпеку;
- поінформованості – полягає у використанні різноманітних маркетингових інструментів задля просування освітніх й інших послуг ВНЗ з метою збільшення кількості їх споживачів та забезпечення економічної безпеки;
- економічна – полягає в отриманні економічного ефекту від організації взаємовідносин між ВНЗ та різними категоріями споживачів освітніх послуг в результаті їх просування;
- убезпечувальна – полягає в забезпеченні економічної безпеки ВНЗ в результаті реалізації заходів щодо залучення різних категорій споживачів освітніх послуг.

На наш погляд, удосконалення стратегії ВНЗ щодо залучення споживачів освітніх послуг з позицій економічної безпеки має ґрунтуватися на *принципах* комплексності, постійності, компетентності, соціальності, безперервності, законності, підконтрольності тощо.

Для ВНЗ III-IV рівнів акредитації основними споживачами освітніх послуг можуть бути:

- школярі, які навчаються на факультеті довузівської підготовки;
- абітурієнти, що вступають на I курс за повною програмою навчання ОС «бакалавр» (на підставі атестату та ЗНО);
- абітурієнти, що вступають на II-III курс за скороченою програмою навчання ОС «бакалавр» (на підставі диплому молодшого спеціаліста/молодшого бакалавра);
- абітурієнти, що вступають на II-III курс за скороченою програмою навчання ОС «бакалавр» для здобуття другої вищої освіти (на підставі диплому про вищу освіту);
- абітурієнти, що вступають на I курс за повною програмою навчання ОС «магістр» (на підставі диплому бакалавра);
- особи, що вступають на навчання для здобуття наукового ступеня доктора філософії (доктора наук);
- працюючі фахівці, які навчаються на курсах підвищення кваліфікації у відповідності до вимог законодавства;
- особи, які навчаються на додаткових курсах (комп'ютерна грамотність, бухгалтерський облік, іноземна мова тощо);
- інші особи.

Вважаємо, що для кожної із зазначених груп споживачів освітніх послуг повинні бути розроблені напрями реалізації стратегії залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки, які варто розпочати з організація та проведення різних типів діалогів.

Основними видами зазначених діалогів можуть стати опитування учнів 8-11 класів щодо подальшого вибору стратегії, дні відкритих дверей ВНЗ та його окремих структурних підрозділів (інститутів та кафедр), наукові конкурси для школярів за профілем ВНЗ тощо. Особливої уваги заслуговує організація діалогів з викладачами профільних предметів у школах та ВНЗ I-II рівнів акредитації, а також з роботодавцями за профілем ВНЗ.

На основі отриманої інформації розробляються заходи щодо:

- вибору джерел представлення інформації для потенційних споживачів освітніх послуг;
- визначення цінової політики за освітні послуги;
- кадрового складу працівників ВНЗ тощо.

З метою унаочнення та нормативного закріплення плану заходів щодо реалізації стратегії ВНЗ щодо залучення споживачів освітніх послуг з позицій економічної безпеки пропонуємо розробляти органіграми для подання інформації окремим категоріям споживачів освітніх послуг.

Із урахуванням розроблених органіграм пропонуємо здійснити удосконалення організаційної структури ВНЗ, яка буде орієнтована на залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки.

Розробка та реалізація стратегія залучення споживачів освітніх послуг ВНЗ з позицій економічної безпеки сприятиме не лише підвищенню якості освітніх послуг, а й наповненню бюджету університету та зміцненню його економічної безпеки.

*Міняйло Д. С., студент,
Богуславська С.І., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

ВПЛИВ ГОСПОДАРСЬКОГО РИЗИКУ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сільське господарство відіграє важливу роль в економічному розвитку народного господарства країни, є основним виробником і постачальником продуктів харчування як основи життєдіяльності людей і відтворення робочої сили.

До того ж, сільське господарство є виробником сировини для випуску продукції виробничого призначення і багатьох видів невиробничих споживчих товарів. В умовах імпортозаміщення як ніколи потрібне збільшення виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції. [1]

Розглядаючи існуючі ризики на підприємствах аграрного сектора на основі наведених соціологічних досліджень, ми прийшли до висновку, що найбільшими загрозами для підприємства є руйнування матеріально-технічної бази - 46%, розкрадання матеріальних засобів співробітниками підприємства - 30%.

Основне руйнування матеріально-технічної бази пройшло в ході реорганізації підприємств в 90-і роки. В даний час відтворення засобів йде повільними темпами, забезпеченість технікою становить 50-70%.

В ході досліджень виявлено, що існує загроза витоку інформації на підприємстві, яка залежить в 30% від службового персоналу, в 23% - від обліку, зберігання і організації документообігу, в 21% - від незахищених ліній зв'язку та комп'ютерної мережі, в 23% - від рівня контролю фахівців за сторонніми на підприємстві і безконтрольного копіювання інформації підприємства.

З метою захисту інформації необхідні розмежування доступу до інформаційних ресурсів, використання антивірусних програм, апаратних засобів захисту інформації.

Важливо проводити оцінку рівня витрат, спрямованих на збереження інформаційних ресурсів і проаналізувати причини збитку по інформаційній складовій. Наші дослідження дозволили виявити ризики на прикладі створення фермерських господарств.