

УДК 330. 37.07

DOI: 10.18524/2413-9998.2022.3(52).275805

С. В. Михайлова,

кандидат філологічних наук,
Національний університет водного господарства
та природокористування
вул. Соборна, 11, м. Рівне, 33028, Україна
e-mail: e.v.mikhailova@nuwm.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1539-1548>

Н. Б. Савіна,

доктор економічних наук, професор,
Національний університет водного господарства
та природокористування
вул. Соборна, 11, м. Рівне, 33028, Україна
e-mail: n.b.savina@nuwm.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8339-1219>

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В У МОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЕКСТЕРНАЛІЙ

Пропоноване дослідження фокусується на теоретичному аналізі інструментів антикризового управління в умовах інформаційних екстерналії, а саме віртуалізацію підприємства як державної та приватної форм власності. Оскільки в інформаційному суспільстві будь-яка подія (політична, економічна, культурна, соціальна та ін.) реалізується у двох площинах: фізичній та інформаційній інформаційна площина не рідко відіграє головну роль, оскільки саме в інформаційному полі формується сприйняття події, визначається на неї реакція у суспільстві. Інформаційні екстерналії постійно залишається генератором постійних загроз та ризиків поглиблення економічних криз не тільки підприємства, а й сфери загалом. З огляду на те, що в інформаційні екстерналії реалізуються в інформаційному полі, де головним чинником є інформація, а людина виступає центральним суб'єктом та продукатором (виробником) інформації, в антикризовому управлінні в умовах саме інформаційних екстерналії серед основних кроків можна виділити: 1) кадрову політику; 2) віртуалізацію; 3) брендинг. Інтернет-технології, які дають змогу отримати останню інформацію щодо кризового явища, досить часто використовуються при плануванні кризових комунікацій для комунікацій для забезпечення працівників, менеджерів та зовнішніх зацікавлених осіб необхідною інформацією. Після обробки та аналізу інформації розробляються прийоми та

методи антикризового управління, а саме тренування та навчання професійних кадрів для подолання, попередження кризових ситуацій та для реалізації антикризових заходів у майбутньому. В інформаційному суспільстві для ефективної діяльності підприємства необхідною умовою є віртуалізація підприємства, яке може своєчасно забезпечити ефективне виведення підприємства з кризового стану і подальшого його розвитку. Віртуалізація підприємства передбачає створення за допомогою інформаційно-комунікативних технологій віртуального ринку, віртуальної реальності та віртуальної організації підприємства. До функцій, які виконує віртуалізація відносяться: комунікативна (електронна пошта, відеоконференція, програмне забезпечення для колаборації, соціальні медіа), управління даними (збереження даних, керування даними, доступ до даних), маркетинг (створення контенту, інтернет-реклама, електронна комерція, маркетингові дослідження), вдосконалення процесу (фінансова економія, зменшення логістичних витрат), планування ресурсів (поєднання функціональних аспектів підприємства)

Ключові слова: інформаційне суспільство, антикризове управління, інформаційні екстерналії, соціально-економічна криза, віртуалізація.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В інформаційному суспільстві будь-яка подія (політична, економічна, культурна, соціальна та ін.) реалізується у двох площинах: фізичній та інформаційній. Крім того, інформаційна площина не рідко відіграє головну роль, оскільки саме в інформаційному полі формується сприйняття події, визначається на неї реакція у суспільстві.

Нові економічні кризи, що виникають в глобалізованому світі, спричинені швидше не фінансовими чи економічними чинниками, а інформаційними. Інформаційні екстерналії постійно залишається генератором постійних загроз та ризиків поглиблення економічних криз не тільки підприємства, а й сфери загалом.

З огляду на те, що в інформаційні екстерналії реалізуються в інформаційному полі, де головним чинником є інформація, а людина виступає центральним суб'єктом та продукатором (виробником) інформації, в антикризовому управлінні в умовах

саме інформаційних екстерналій серед основних епатів можна виділити: 1) кадрову політику; 2) віртуалізацію; 3) брендинг.

На тлі інтенсифікації взаємного обміну інформацією дедалі більш затребуваними стають єдині регламенти норм суспільного життя, економічної оцінки господарської діяльності. В ХХІ ст. міжнародна інтеграція соціально-економічних систем сприяє посиленню економічних та громадських зв'язків, взаємопроникнення ринків праці, товарів та послуг [1, с. 14].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У концепціях антикризового управління в умовах інформаційних екстерналій поняття «соціально-економічна» система, основним, системоутворюючим елементом якої, є людина, займає провідне місце. У соціально-економічних системах, де зв'язки між людьми реалізуються в економічних, соціальних, політичних відносинах, існують макро- та мікроутворення такі як: фірми, підприємства, компанії, фонди, банки та ін.. Оскільки соціально-економічним системам властиві процеси функціонування і розвитку, у життєдіяльності систем певну роль відіграють суб'єктивні і об'єктивні чинники, які в сукупності і в своїх поєднаннях визначають стан системи.

З огляду на те, що головним фактором успішного розвитку є нововведення, які реалізуються у реакціях на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, вони повинні здійснюватися цілеспрямовано та систематизовано. А оскільки соціально-економічна система є керованою та має у своїй структурі елементи або органи управління, зміст і призначення інновацій визначається управлінням. Загалом, як зарубіжні, так і вітчизняні науковці (А. А. Богданов, В. О. Василенко, А. С. Гальчинський, Е. Дюркгайм, Д. Т. Жовтун, А. Б. Зверинцев, В. С. Капустін, С. В. Михайлов, В. Л. Романов, Г. Спенсер, Г. Ханов, М. І. Пірен, Г. Г. Почепцов, А. Д. Чернявський) розглядають антикризове

управління як макроекономічну проблему та значну увагу у їх дослідженнях приділяється антикризовому управлінню підприємствами державної та приватної форм власності. Дослідженням проблеми інформаційних війн присвячені роботи таких вчених, Е. Аронсон, С. Гріняєв, В. Говоруха, В. Домарєв, О. Калиновський, Г. Кіссінджер, А. Крутських, О. Курбан, М. Лібікі, О. Литвиненко, В. Остроухов, І. Панарін, В. Петрик, Г. Перепелиця, Г. Поченцов, С. Расторгуєв, Д. Рісман, Т. Рон, Ї. Сонер, О. Старіш, В. Толубко, Е. Тоффлер, Х. Шрадер. Проте антикризового управління в умовах інформаційних екстерналій розкрито не повною мірою. Саме це і визначає актуальність дослідження.

Постановка завдання. Метою пропонованого дослідження є теоретичний аналіз інструментів антикризового управління в умовах інформаційних екстерналій, а саме віртуалізацію підприємства як державної та приватної форм власності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що обсяг знань в процесах розвитку різних наук подвоюється кожні п'ять років, отже, таким же чином збільшується і кількість ситуацій, що вимагають адекватного реагування організацій в процесі свого розвитку. Ускладнюються процеси управління, які повинні також перебувати в розвитку і розвиток яких може відставати від тенденцій і потреб розвитку самої організації. Це породжує протиріччя і створює небезпеку кризових ситуацій.

В соціально-економічній системі криза виступає об'єктивним явищем, оскільки в основі її функціонування та розвитку лежить діяльність людини, яка прагне керувати цим процесом та розширювати сферу управління, знижуючи частку некерованих процесів. Незалежно від об'єкта управління вирішальну роль в антикризовому управлінні буде грати людина, адже людський фактор під час кризових ситуацій проявляється не тільки у

відношенні людини до кризи, але й в управлінні кризою на різних етапах його прояви, виникнення і протікання.

Як було зазначено вище інформаційні екстерналиї розгортаються в інформаційному полі, але впливають на всі реальні площини економічного та суспільного життя. В інформаційному суспільстві для ефективної діяльності підприємства необхідною умовою є віртуалізація підприємства, яке може своєчасно забезпечити ефективне виведення підприємства з кризового стану і подальшого його розвитку.

Віртуальні технології включають в себе генеровані комп'ютером зображення та звук, телебачення високої чіткості, голографію, тактильні імітатори тощо, що можуть бути застосованими в наступних видах діяльності:

– *управління фінансами*, де віртуальні технології здійснюють складні прогностичні моделі і евристичні системи; можливість працювати з графічною інформацією, випробувати різноманітні сценарії за допомогою засобів, які покращують сприйняття та розуміння моделей і ситуацій, роблять ризики більш очевидними;

– *маркетинг*, де віртуальні технології відкривають необмежені перспективи по відношенню до нових продуктів та послуг: нові можливості для позиціонування продукту, просування на ринок, доставки; можливість спробувати віртуальні версії перед тим, як купувати товар;

– *виробництво*, де віртуальні технології надають можливість управління великим виробничим процесом, відтворювати умови фізичної присутності при процесі, доповнюючи моделі контролерів; можливість працювати за допомогою дистанційної присутності, фізично знаходячись де завгодно;

– *кадри*, де віртуальні технології використовуються для дистанційного навчання та підготовки кваліфікованих кадрів; можливість доступного навчання;

– *стратегія і структура*, де за допомогою віртуальних технологій переглядається традиційна концепції організації, власності та багатства; можливість усунення меж між людьми за допомогою дистанційної присутності та створених комп'ютером світів [2, с. 151].

Віртуалізація підприємств включає в себе побудову трьох складових, які є взаємозалежні:

1) *віртуального ринку* – ринку товарів та послуг, що базується на основі комунікаційних та інформаційних можливостей глобальних мереж (Internet);

2) *віртуальної реальності*, що дозволяє відображати і моделювати реальні розробки виробництва в кібернетичному просторі, який є і засобом і середовищем одночасно;

3) *віртуальної організації діяльності підприємства*, тобто безпосередньо віртуальне підприємство [3].

В інформаційному суспільстві інформаційні технології стали невід'ємною частиною будь-якого підприємства, що підвищує значно ефективність роботи [4]. Інформаційно-комунікативні технології, за допомогою яких безпосередньо реалізуються цілі антикризового управління, виконують наступні функції:

1. *Комунікативна*. Комунікація, яка завжди була важливим аспектом антикризового управління, навіть задовго до появи інформаційних технологій, із розвитком комп'ютерів та Інтернету була переосмислена. Як результат, оскільки комунікативна функція є однією з найважливіших ІТ-ролей на підприємстві, з'являється можливість зв'язуватися з будь-ким, незалежно від того, в якій частині світу вони перебувають:

Електронна пошта: дозволяє підтримувати комунікацію на відстані, без візуального контакту. Електронна пошта також є чудовим каналом для офіційного спілкування й, крім того,

залишає чистий «віртуальний» паперовий слід, що дозволяє постійно вести переписку.

Відеоконференції: дозволяє комунікувати на відстані, одночасно бачачи всіх учасників конференції. Простіше проводити віддалені зустрічі та навіть спільно працювати над проектом.

Програмне забезпечення для колаборації: дозволяє командам працювати разом над проектами ефективно та швидко. За допомогою правильного програмного забезпечення скорочується час виконання проекту в половину, зменшується кількість непотрібних зустрічей, оскільки все можна зробити у віртуальній кімнаті для переговорів.

Соціальні медіа: дозволяють не лише бути в курсі найсвіжішої галузевої інформації, але також представляють цікавий спосіб доопрацювання проекту та комунікації.

2. *Управління даними.* Із збільшенням об'єму інформації у будь-якій господарській сфері, з'являється все більше даних, якими потрібно оперувати на підприємстві. Ці дані мають різні формати й для того, що ними користуватися необхідно створити базу даних:

Збереження даних: розміщуючи дані у відповідному форматі, база даних дозволяє зберігати величезні обсяги даних на невеликому просторі. У суспільстві де інформація є «силою», такі бази даних допомагають оперувати її великими обсягами.

Керування даними: будь які дані у своєму первинному вигляді не несуть ні якої цінності, тому їх необхідно відсортувати та змістовно розшифрувати, що в подальшому використовується для прийняття антикризових рішень.

Доступ до даних: незалежно від того, який тип даних зберігається, ці дані є цінними і потрібно контролювати, щоб доступ до них мали лише певні люди. Саме тому необхідно

впроваджувати заходи безпеки, що дозволяють дозволять захистити ці дані та запобігти несанкціонованому доступу до них.

3. Маркетинг: є ключовим аспектом функціонування підприємства, а із розвитком інформаційних технологій маркетингові кампанії стають все більш цифровими:

Створення контенту: дозволяє створювати рекламу та продажі на комп'ютері за допомогою програмного забезпечення для обробки текстів, створювати графічні оголошення, використовуючи потужні комп'ютери з графічними можливостями.

Інтернет-реклама: соціальні медіа відіграють наразі ключову роль в рекламі. Для покращення продажів, збільшення ефективності та доходу, запускаються запускаючи маркетингові кампанії в соціальних мережах. Для таких цілей доступні також й інші платформи, такі як Google AdWords.

Електронна комерція: завдяки тому, що все більше і більше підприємств виходить в Інтернет, використання інформаційного простору для реалізації продукції чи послуг стає першочерговим завданням в антикризовому управлінні.

Маркетингові дослідження: із зростанням кількості пошукових систем тепер можна проводити онлайн-дослідження щодо споживчих тенденцій та найбільш вигідних можливостей.

4. Вдосконалення процесу: для фінансової економії ефективними є технології вдосконалення процесу, малий бізнес може заощадити на витратах на друк та копіювання, покладаючись виключно на безпаперовий зв'язок, програмне забезпечення для співпраці та відеоконференції дозволяють заощадити на логістичних витратах.

5. Планування ресурсів підприємства: полягає поєднанні різних функціональних аспектів підприємства, таких як бухгалтерський облік, людські ресурси, виробництво та продаж, за допомогою програмних систем. Це програмне забезпечення може

допомогти не тільки в повсякденних операціях, а й у прийнятті стратегічних рішень.

Ціллю антикризового управління є поступовий вихід із кризового стану та можливість ефективного функціонування, саме тому цей тип управління передбачає прийняття складних управлінських рішень на всіх його стадіях: від збору інформації – до реалізації управлінського рішення, а це, в свою чергу, вимагає використання сучасних інформаційних технологій для забезпечення оперативності і обґрунтованості управлінських рішень для подолання кризи.

Висновки і пропозиції. Отже, інформаційні екстерналії, не дивлячись на те, що вони розгортаються в інформаційному полі, впливають на всі сфери суспільного, економічного та політичного життя, а такий негативний вплив, який проявляється в падінні попиту, зниженні платоспроможності населення, зниженні конкурентного стану, ослабленні кадрового потенціалу та ін. Й такий вплив може призвести до реальної кризи, вихід з якої можливий лише із впровадженням антикризового управління, що має свої особливості в умовах інформаційних екстерналій.

З огляду на те, що до компонентів інформаційних екстерналій входять три основні складові: високі технології, людський капітал, прагма-психологія; антикризове управління в таких умовах буде зосереджене на тих самих напрямках, які будуть реалізуватись у: віртуалізації підприємства, кадровій політиці та брендингу.

Процес віртуалізації підприємства передбачає віртуальний ринок (ринок товарів та послуг, що базується на основі комунікаційних та інформаційних можливостей глобальних мереж), віртуальну реальність (реальні розробки виробництва в кібернетичному просторі), віртуальне підприємство. Крім того, віртуалізація реалізує наступні функції: комунікативну (електронна пошта, відеоконференція, програмне забезпечення

для колаборації, соціальні медіа), управління даними (збереження даних, керування даними, доступ до даних), маркетинг (створення контенту, інтернет-реклама, електронна комерція, маркетингові дослідження), вдосконалення процесу (фінансова економія, зменшення логістичних витрат), планування ресурсів (поєднання функціональних аспектів підприємства).

Список використаної літератури

1. Єфименко Т. І. Інформація в антикризовому управлінні: глобальний аспект стандартизації обліку та фінансової звітності. ДННУ «Акад. фін. Управління». Київ, 2015. 400 с.
2. Рамазанов С. К., Степаненко О. П., Тимашова Л.А. . Методи анти-кризового управління. Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. 192 с.
3. Yavuz Ş. Kitle iletişim arařtırmalarında anadamar/çoğulcu ve eleřtirel/radikal kuram arasında yöndeřme tartıřmaları. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Arařtırmaları Dergisi. 5 (1). 2015. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/49300/629723>.
4. Turanlı E. Dijital medyada yayınlanan arakan savař/çatıřma fotoğraflarının göstergebilimsel analizi. Cilt 5. Sayı 8. 2018. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/42597/513429>.

Стаття надійшла 24.10.2022 р.

Yelyzaveta Mykhailova,

PhD,

National University of Water and Environmental Engineering

11, Soborna St., Rivne, 33028, Ukraine

e-mail: e.v.mikhailova@nuwm.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1539-1548>

Nataliia Savina,

Doctor of Economics, Professor,

National University of Water and Environmental Engineering

11, Soborna St., Rivne, 33028, Ukraine

e-mail: n.b.savina@nuwm.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8339-1219>

VIRTUALIZATION AS AN ELEMENT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN INFORMATION EXTERNALITIES

The proposed study is focused on the theoretical analysis of anti-crisis management tools during of information externalities, namely the virtualization of the enterprise in all forms of ownership: state and private. Since in the information society any event (political, economic, cultural, social, etc.) is realized in two planes: physical and informational, the informational plane often plays the main role, since it is in the informational field where the perception of the event is formed and the reaction to it is determined in society. Information externalities constantly remain a generator of permanent threats and risks of deepening economic crises not only of the enterprise, but also of any area in general. Taken into account that information externalities are realized in the information field, where the main factor is information, and a person acts as the central subject and producer of information, in anti-crisis management during information externalities, among the main steps can be distinguished: 1) HR policy; 2) virtualization; 3) branding. Internet technologies that allow us to get the latest information on a crisis phenomenon are often used in crisis communications planning to provide employees, managers, and external stakeholders with the necessary information. After processing and analysing information, techniques and methods of anti-crisis management are developed, namely training and education of professional personnel to overcome and prevent crisis situations and to implement anti-crisis measures in the future. In the information society, a necessary condition for the effective operation of the enterprise is the virtualization of the enterprise, which can timely ensure the effective withdrawal of the enterprise from a. Virtualization of the enterprise involves the creation of a virtual market, virtual reality and virtual organization of the enterprise with the help of information and communication technologies. Functions performed by virtualization include: communication (email, video conferencing, collaboration software, social media), data management (data storage, data management, data access), marketing (content creation, online advertising, e-commerce, marketing research), process improvement (financial savings, reduction of logistics costs), resource planning (combination of functional aspects of the enterprise).

Keywords: information society, anti-crisis management, information externalities, socio-economic crisis, virtualization.

References

1. Iefymenko, T. I. (2015). Informatsiia v antykrizovomu upravlinni: hlobalnyi aspekt standartyzatsii obliku ta finansovoï zvitnosti [Information in anti-crisis management: global aspect of accounting and financial reporting standardization]. DNNU «Akad. fin. Upravlinnia». Kyiv, 400 p. [in Ukrainian].

2. Ramazanov, S. K., Stepanenko, O. P. & Tymashova, L. A. (2004). *Metody antykrizovoho upravlinnia* [Methods of anti-crisis management]. Luhansk: Vydvo SNU im. V. Dalia, 192 p. [in Ukrainian].
3. Yavuz, Ş. (2015). Kitle iletişim arařtırmalarında anadamar/çoğulcu ve eleřtirel/radikal kuram arasında yöndeřme tartıřmaları. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Arařtırmaları Dergisi*. 5 (1). Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/49300/629723>.
4. Turanlı, E. (2018). Dijital medyada yayınlanan arakan savař/çatıřma fotoğraflarının göstergebilimsel analizi. *Cilt 5. Sayı 8*. Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/42597/513429>.