

Дядик Т.В. к.е.н., доцент
Іващенко М.Ф., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр»
ОПП Підприємництво, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність
м. Полтава, Полтавська державна аграрна академія

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Вирішальну роль у забезпеченні ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності на ринку відіграє маркетинг. Саме служба маркетингу, проводячи сегментацію ринку, здійснюючи цінову, комунікаційну, збутову та інші політики підприємства, надає керівництву інформацію про існуючі та перспективні потреби покупців, дає можливість оцінити конкуруючі вироби за різними параметрами, підготувати та обґрунтувати рішення про доцільність виробництва або ж його припинення, які вироби доцільно видозмінювати, які нові вироби доцільно включити у асортимент продукції навіть за рахунок розвитку нових напрямів виробництва, спрогнозувати можливі обсяги збуту продукції, логістичні канали, ціну реалізації, розробляти рекомендації щодо перед- та післяпродажного сервісу тощо.

Фахівці зазначають, що стан економічної безпеки може бути досягнутий за умови найефективнішого використання ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства (земля, капітал, праця, підприємницькі здібності, інформація, інтелектуальна власність, технології тощо), а також відповідності напрямку його розвитку основним тенденціям зовнішнього середовища [1].

Зміст економічної безпеки підприємств розкривається через забезпечення реалізації стратегічних інтересів підприємства на основі використання можливостей зовнішнього середовища із застосуванням продуктивної взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища [2].

Систему економічної безпеки підприємства можна визначити як взаємозв'язану сукупність спеціальних структур, засобів, методів і заходів, які забезпечують безпеку бізнесу від внутрішніх і зовнішніх загроз. У цьому контексті систему можна охарактеризувати комплексом управлінських, страхових, правових, економічних, охоронних, режимних, судово-правових та інших заходів із захисту бізнесу від незаконних посягань, мінімізації або уникнення матеріальних та інших утрат [3].

До основних елементів системи безпеки підприємства відносять: 1) захист комерційної таємниці і конфіденційної інформації; 2) комп'ютерна безпека; 3) внутрішня безпека; 4) безпека будівель і споруд; 5) фізична безпека; 6) технічна безпека; 7) безпека зв'язку; 8) безпека перевезень вантажів і осіб; 9) екологічна безпека; 10) конкурентна розвідка тощо.

Реалізація саме маркетингової стратегії як складової безпеки підприємства є запорукою успішного і ефективного його функціонування.

Ефективність реалізації маркетингової стратегії безпосередньо впливає на безпеку підприємства, в основі якої знаходиться досягнення економічних інтересів підприємства.

Механізм забезпечення маркетингової стратегії як складової безпеки підприємства являє собою сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами споживачів, посередників і контактних аудиторій зовнішнього середовища, за допомогою чого з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується отримання ним прибутку, завоювання цільової частки ринку, підтримка конкурентоспроможності продукції на рівні достатньому, як мінімум, для перебування підприємства в економічній безпеці.

Розробка маркетингової стратегії як основи безпечного розвитку підприємства являє собою захист від неефективно обраної моделі поведінки на ринку, помилок у товарній, збутовій політиці, політиці ціноутворення, виявлення неконкурентоспроможної продукції. Ефективна маркетингова стратегія є однією з чинників, що дає змогу підтримувати належний рівень економічної безпеки підприємства.

Маркетингова стратегія, забезпечуючи економічну безпеку підприємства, має відповідати на такі запитання: який товар виводиться на ринок, в якому асортименті та за якими цінами; на якого споживача він розрахований; які умови треба створити для продажу товару на запланованому рівні; якими каналами та у яких обсягах будуть організовані поставки; яким має бути після продажне обслуговування та хто має його здійснювати; яких економічних результатів очікують учасники ринку та які витрати для цього потрібні. Зокрема, підприємствам слід орієнтуватися у своїй виробничій діяльності на потреби покупців, які вони обслуговують, а не на свій товарний асортимент [3].

Стратегія маркетингу показує, з якою продукцією, на які ринки, з яким обсягом необхідно виходити для досягнення поставленої мети. До того ж, необхідний рівень економічної безпеки може бути досягнутий за умови найефективнішого використання ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства, в тому числі і, підприємницькі здібності, інформація, інтелектуальна власність, технології тощо, а також відповідності напряму його розвитку основним тенденціям зовнішнього середовища [1].

Перехід економіки на ринкові відносини вимагає від керівників підприємств не тільки розробки ринкової стратегії і тактики, а й концепції безпеки, що обов'язково включає спеціальні програми (плани) щодо захисту інформаційної, інтелектуальної власності та економічної безпеки. Відповідно, роль керівників, відповідальних за проведення даної роботи на підприємстві, дотримання правил політики безпеки і плану захисту, контролю та моніторингу за правильністю експлуатації, виявлення спроб і фактів порушень та вжиття заходів щодо їх нейтралізації, також виходить на першу позицію. Ослаблення практично будь-якої складової інфраструктури підприємства адекватно відбивається на його безпеці, що може вплинути на ефективний процес управління підприємством, що знаходиться в тісному взаємозв'язку з питаннями економічної безпеки. Політична та економічна ситуація в країні та

світі постійно змінюється і зовнішнє середовище диктує все нові умови, надає нові можливості для зростання. І тільки підприємства, здатні забезпечити свою економічну безпеку, мають можливість для розширення і зростання. Повернувшись до основ макроекономіки, можливо зробити висновок, що підприємство є базовим елементом економічної системи і тому зростання національної економіки залежить від стану кожного елемента. Тому забезпечення економічної безпеки підприємства є однією з найбільш важливих і актуальних проблем процвітання економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Іванюта Т.М. Заїчковський А.О. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2009. 256 с.
2. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра. екон. наук. К., 2010. 39 с.
3. Коробчинський О.Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. №4. С. 41-45.