



У керівництві Осло визначено, що маркетингова інновація є впровадженням нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його пакуванні, просуванні продукту на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу.

Виходячи з термінології, можна сказати, що підприємство може формувати такі види маркетингових інновацій:

міни в дизайні продукту, які передбачають перегляд його форми та зовнішнього вигляду, а також зміни в пакуванні продукції;

нові методи в розміщенні продукту, пов'язані з освоєнням нових каналів збуту, нових маркетингових методів, що використовуються для продажу товарів і послуг споживачам. Інновації у розміщенні продукту передбачають упровадження систем франчайзингу, прямого продажу, ексклюзивної роздрібної торгівлі, що впроваджується вперше;

просування продукту, використання нових концепцій просування товарів і послуг підприємства, у тому числі використання нових засобів масової інформації;

інновації у встановленні цін, які передбачають використання нових стратегій ціноутворення для ринкового просування товарів чи послуг підприємства;

нові методи в маркетингу взаємовідносин, співпраця між споживачем та підприємством.

Розробка та впровадження маркетингових інновацій у ринкових умовах – це вдалий спосіб підвищення своєї конкурентоспроможності та підтримання високих темпів розвитку організацій та їх торгових марок. Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів, відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів, що є запорукою успішного розвитку організації. Щоб встигнути за швидкоплинними потребами ринку й максимально використувати можливості, що відкриваються у зовнішньому середовищі, підприємствам потрібно постійно розробляти нові продукти, технології, удосконалювати відносини з навколишнім світом. Ключем до вирішення цих завдань є інноваційна маркетингова діяльність, яка в сучасних умовах стає ядром корпоративних конкурентних стратегій.

*Наук. керівн. Верещагіна Г. В.*

**Література:** 1. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Ф. Котлер, Ф. Триас де Без. – СПб. : Изд-во "Нева", 2004. – 192 с. 2. Груба Г. І. Інноваційне наповнення інвестиційного процесу / Г. І. Груба // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – № 17. – С. 13–16. 3. Костина О. П. Маркетинг інновацій в промисловості / О. П. Костина // Вестник ТИСБИ. – 2003. – № 3. 4. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія / Н. С. Ілляшенко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2011. – 192 с. 5. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. – Донецьк, 2002. – 562 с. 6. Пересунько Є. С. Місце і роль інноваційної діяльності в системі економіки / Є. С. Пересунько // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6 (73). – С. 84–88.

---

**Кулінова Т. М.**

УДК 005.915:005.51

Магістр 1 року навчання  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА, ЇЇ СУТІ ТА СКЛАДОВИХ**

*Анотація. Обґрунтовано поняття категорії економічної безпеки підприємства, наведено основні складові економічної безпеки, а також напрями підвищення рівня економічної безпеки, які можуть бути використані суб'єктами ведення господарства у своїй практичній діяльності.*

*Анотация. Обосновано определение категории экономической безопасности предприятия, приведены основные составляющие экономической безопасности, а также направления повышения уровня экономической безопасности, которые могут быть использованы субъектами ведения хозяйства в своей практической деятельности.*

*Annotation. The definition of enterprise economic security category is grounded, the basic constituents of economic security, and also directions of increasing economic strength level, which can be used by the economic entities in practice, are given.*

*Ключові слова: економічна безпека підприємства, внутрішні та зовнішні загрози, персонал підприємства.*

---

© Кулінова Т. М., 2013



З розвитком ринкових відносин в Україні вітчизняні підприємства зіткнулися з істотним зменшенням прямої державної підтримки їх діяльності та необхідністю створення умов для свого безпечного розвитку власними силами. Стабільне функціонування, зростання економічного потенціалу будь-якого підприємства, в умовах ринкових відносин багато в чому залежить від наявності надійної системи економічної безпеки. Сучасне підприємство знаходиться в умовах безперервної зміни зовнішнього середовища його існування. Ця нестабільність вимагає від господарюючих суб'єктів постійної адаптації, зокрема пошуку нових і вдосконалення вже відомих засобів забезпечення системи економічної безпеки заради досягнення економічної та соціальної мети діяльності підприємства.

В економічній літературі багато уваги приділяється розгляду тих чи інших аспектів проблеми економічної безпеки підприємства. Серед останніх досліджень варто відзначити роботи авторів: Д. Ковальова, Пономарьова В. П., Ляшенко О. М., Новікової О. Ф., Груніна О. А., Клебанової Т. С. [1 – 6]. Більшість вчених свої дослідження присвячували або аналітичному огляду негативів, що відбуваються на економічній безпеці, або прогностичним підходам, до зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємств. До найбільш вагомих наукових результатів можна віднести такі: розробки понятійного апарату теорії економічної безпеки, визначення основної складової економічної безпеки підприємства, класифікація загрози, формування механізмів забезпечення економічної безпеки, пропозиції щодо критеріїв оцінки стану економічної безпеки підприємства та ін. [4].

Серед вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів немає єдиного визначення терміна "економічна безпека". Разом із тим принципів розбіжності в підходах до трактування змісту даної економічної категорії не спостерігаються. Найбільш поширеним є визначення економічної безпеки підприємства (ЕБП) як стану ефективного використання його ресурсів (капіталу, персоналу, інформації та технологій, техніки та устаткування, прав) і існуючої ринкової можливості, що дозволяє запобігти внутрішнім та зовнішнім негативним впливам (загрозам) та забезпечити його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії.

Сутність ЕБП полягає в системі активного захисту від можливих фінансових, матеріальних і людських втрат, породжених внутрішніми і зовнішніми загрозами. Найбільшою шкоди підприємству можуть завдати такі посферні небезпеки, які породжені матеріальними та фінансовими активами, персоналом, інформацією, відповідальністю.

Оскільки поняття економічної безпеки підприємства є комплексним, то поділ на спеціальні компоненти є дуже важливою умовою для його характеристики.

На основі досліджень в області структури економічної безпеки різними авторами запропоновано ряд складових економічної безпеки. До них відносяться такі:

1. Фінансова складова – характеризує фінансове забезпечення підприємства, його фінансову стабільність, ліквідність і прибутковість.
2. Виробнича складова – характеризує умови й ефективність використання основних і обігових коштів, матеріалів і фондів.
3. Інтелектуальна й кадрова складові – характеризують становище підприємства з точки зору виробничого персоналу, розвиток інтелектуального потенціалу.
4. Складова матеріально-технічного становища – характеризує своєчасне та повне надання підприємству сировини та матеріалів із необхідним співвідношенням "ціна – якість", рівень залежності від певних постачальників.
5. Складова продажу – характеризує тенденції виробництва продукції і послуг підприємства, своєчасність споживчих платежів і рівень готової продукції в загальному обсязі виробництва.
6. Екологічна складова – характеризує реалізацію природоохоронних заходів, втрати від забруднення навколишнього середовища.

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головної мети своєї діяльності. Рівень економічної безпеки фірми залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливої загрози та ліквідувати шкідливі наслідки окремої негативної складової зовнішнього та внутрішнього середовищ [2].

Після аналізу підходів до трактування змісту даної економічної категорії, можна зробити висновок, що економічна безпека підприємства – це комплекс заходів, які сприяють підвищенню захищеності діяльності підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища а також здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до наявних умов, які не відображаються негативно на його діяльності.

*Наук. керівн. Веретенникова Г. Б.*

---

**Література:** 1. Ковалев Д. Экономическая безопасность предприятия / Д. Ковалев, Т. Сухорукова // Экономика Украины.– 2005. – № 10. – С. 48–52. 2. Пономарев В. П. Формирование механизма обеспечения экономической безопасности : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / В. П. Пономарев ; Восточноукраинский университет, Луганск, 2000. – 27 с. 3. Ляшенко О. М. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : монография / О. М. Ляшенко. – К. : Либра, 2003.– 280 с. 4. Клебанова Т. С. Модели оценки, анализа и прогнозирования экономической безопасности предприятия / Т. С. Клебанова, Е. А. Сергиенко // Бизнес Информ. – 2006. – № 8. – С. 65–72. 5. Новікова О. Ф. Економічна безпека: концептуальні визначення та механізми забезпечення : [монографія] / О. Ф. Новікова, Р. В. Покотиленко. – Донецьк : НАН України. Ін-т економіки промисловості, 2006. – 408 с. 6. Грунин О. А. Экономическая безопасность организации / О. А. Грунин, С. О. Грунин. – СПб. : Питер, 2002. – 160 с.