

лояльність к фирме, бренду, торговій марке, особливо при виникненні необхідності підвищення даних показателів.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Подорожная Л. В. Сущность и основные этапы медиапланирования [Электронный ресурс] / Л. В. Подорожная // Центр дистанционного образования. — Режим доступа : [www.elitarium.ru/2011/10/27.html](http://www.elitarium.ru/2011/10/27.html).
2. Овчинников С. М. Постановка системы маркетингового планирования на предприятии [Электронный ресурс] / С. М. Овчинников. — Режим доступа : [www.kftam.ru/kf/publ/plan.htm](http://www.kftam.ru/kf/publ/plan.htm).
3. Виктор Ян Проведение рекламных кампаний: Стратегия. Структура. Носители / Виктор Ян. — М. : Вершина, 2003. — 237 с.
4. Как проходит медиапланирование в компании? [Электронный ресурс] / Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе. — Режим доступа : <http://powerbranding.ru/mediastategiya/mediaplanirovanie/>.
5. Назайкин А. Н. Медиапланирование : учеб. пособ. / А Н Назайкин. — М. : Эксмо, 2010. — 416 с.
6. Современный подход к медиастратегии [Электронный ресурс] / ТОП-14 медиапоказателей рекламной кампании. — Режим доступа : <http://powerbranding.ru/mediastategiya/mediapokazateli/oxvat/>.

#### REFERENCES

1. Tsentr distantsionnogo obrazovaniya / Podorozhnaya, L.V. (2011), "The essence and the basic stages of media planning", available at: [www.elitarium.ru/2011/10/27.html](http://www.elitarium.ru/2011/10/27.html) (access February 17, 2016).
2. Ovchinnikov, S.M. (2006), "Production of marketing planning at the enterprise", available at: [www.kftam.ru/kf/publ/plan.htm](http://www.kftam.ru/kf/publ/plan.htm) (access February 19, 2016).
3. Viktor, Yan (2003), *Provedenie reklamnykh kampaniy: Strategiya. Struktura. Nositeli* [Advertising campaigns: Strategy. Structure. Carriers], Vershina, Moscow, Russia.
4. "How is the media planning company?", *Onlayn-entsiklopediya po marketingu i reklame* [Online Encyclopedia of Marketing and Advertising], available at: <http://powerbranding.ru/mediastategiya/mediaplanirovanie/> (access March 7, 2016).
5. Nazaykin, A.N. (2010), *Mediaplanirovanie* [Media Planning], Eksmo, Moscow, Russia.
6. "TOP-14 media indicators of campaigns", *Sovremennyiy podhod k mediastrategii* [The modern approach to media strategy], available at: <http://powerbranding.ru/mediastategiya/mediapokazateli/oxvat/> (access March 8, 2016).

УДК 339.138:65.012.8:005.21

## МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Северина С.В., к.е.н., асистент, Гордієнко Т.Є.

*Запорізький національний університет  
Україна, 69600, Запоріжжя, вул. Жуковського, 66*

Gord-88@ukr.net

Статтю присвячено дослідженню категорії маркетингової стратегії в контексті фінансово-економічної безпеки підприємства. Проведено комплексну систематизацію та аналіз існуючих механізмів впровадження та розвитку маркетингової стратегії для забезпечення фінансово-економічної безпеки промислових підприємств в умовах вітчизняної економіки. Досліджено різні підходи та погляди щодо трактування визначення «фінансово-економічна безпека» і на основі цього визначено сутність поняття «фінансово-економічна безпека» на підприємствах промислової спрямованості. Розглянуто актуальні дослідження й публікації щодо проблематики управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства в умовах вітчизняної економіки. Проаналізовано основні методичні положення, на яких ґрунтуються розробки комплексної системи забезпечення економічної безпеки підприємства. Визначено загальну концепцію фінансово-економічної безпеки та чітко бачення її структурного складу. Під час дослідження було виділено основні принципи та засади, яких необхідно дотримуватись при організації, побудові та в процесі впровадження і розвитку

комплексної системи економічної безпеки підприємства. Виділяють такі основні принципи: комплексність (системність), безперервність, законність, взаємодія, плановість, оптимальність, компетентність, поєднання гласності та конфіденційності. Визначено та систематизовано основні складові фінансово-економічної безпеки промислового підприємства. Розкрито ключові підсистеми фінансово-економічної безпеки, що містяться в стратегії маркетингу фірми: товарну або асортиментну стратегію, цінову стратегію, розподільну стратегію, стратегію комунікацій. Розкрито основні методичні положення та засади, на яких ґрунтується маркетингова стратегія підприємства як концептуальна категорія спеціальної економічної науки. Вивчено взаємний зв'язок маркетингової стратегії та рівня фінансово-економічної безпеки на промисловому підприємстві. Досліджено і систематизовано принципи і засади маркетингової стратегії в діяльності промислових підприємств. Виділено чинники впливу на маркетингову стратегію промислового підприємства з позиції фінансово-економічної безпеки. Надано стислу інформативну характеристику системи маркетингової стратегії промислового підприємства, а також її підвидам та ключовим елементам. Досліджено взаємодію елементів маркетингової стратегії в умовах промислового підприємства.

*Ключові слова:* маркетингова стратегія, фінансово-економічна безпека, промислове підприємство, вітчизняна економіка.

## **МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Северина С.В., к.э.н., ассистент, Гордиенко Т.Е.

*Запорожский национальный университет  
Украина, 69600, г. Запорожье, ул. Жуковского, 66*

Статья посвящена исследованию категории маркетинговой стратегии в контексте финансово-экономической безопасности предприятия. Проведена комплексная систематизация и анализ существующих механизмов внедрения и развития маркетинговой стратегии для обеспечения финансово-экономической безопасности промышленных предприятий в условиях отечественной экономики. Исследованы различные подходы и взгляды к трактовке определения «финансово-экономическая безопасность» и на основе этого определена сущность понятия «финансово-экономическая безопасность» на предприятиях промышленной направленности. Рассмотрены актуальные исследования и публикации по проблематике управления финансово-экономической безопасностью промышленного предприятия в условиях отечественной экономики. Проанализированы основные методические положения, на которых основываются разработки комплексной системы обеспечения экономической безопасности предприятия. Определена общая концепция финансово-экономической безопасности и четкое видение ее структурного состава. В ходе исследования были выделены основные принципы и основы, которые необходимо соблюдать при организации, построении и в процессе внедрения и развития комплексной системы экономической безопасности предприятия. Выделяют следующие основные принципы: комплексность (системность), непрерывность, законность, взаимодействие, плановость, оптимальность, компетентность, сочетание гласности и конфиденциальности. Определены и систематизированы основные составляющие финансово-экономической безопасности промышленного предприятия. Раскрыты ключевые подсистемы финансово-экономической безопасности, содержащиеся в стратегии маркетинга фирмы: товарную или ассортиментную стратегию, ценовую стратегию, распределительную стратегию, стратегию коммуникаций. Раскрыты основные методические положения и принципы, на которых основывается маркетинговая стратегия предприятия как концептуальная категория специальной экономической науки. Изучена взаимосвязь маркетинговой стратегии и уровня финансово-экономической безопасности на промышленном предприятии. Исследованы и систематизированы принципы и основы маркетинговой стратегии в деятельности промышленных предприятий. Выделены факторы и факторы влияния на маркетинговую стратегию промышленного предприятия с позиции финансово-экономической безопасности. Предоставлена краткая информативная характеристика системы маркетинговой стратегии промышленного предприятия, а также ее подвидов и ключевым элементам. Исследовано взаимодействие элементов маркетинговой стратегии в условиях промышленного предприятия.

*Ключевые слова:* маркетинговая стратегия, финансово-экономическая безопасность, промышленное предприятие, отечественная экономика.

## **MARKETING STRATEGY AS AN INSTRUMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY**

Severina S.V. Ph.D. in Economical Science, assistant, Gordiyenko T.E.

*Zaporizhzhya National University  
Ukraine, 69600, Zaporizhzhya, Zhukovsky str., 66*

This article is dedicated to the research category marketing strategy in the context of financial and economic security. The paper systematization and comprehensive analysis of existing mechanisms for the implementation and development of marketing strategies for financial and economic security of industrial enterprises in the domestic economy. Different

approaches and views to the interpretation of the definition of "financial and economic security" and based on the essence of the concept of "financial and economic security" for industrial enterprises focus. Actual research and publications on issues of management of financial and economic security of industrial enterprise in the domestic economy. The basic methodological position, which is based on developing a comprehensive system of economic security. The general concept of financial and economic security and a clear vision of its structural composition. The survey highlighted the basic principles and the principles to be followed in the organization, construction and in the implementation and development of a comprehensive system of economic security. There are several main principles: comprehensiveness (systemic), continuity, legality, interaction, planned character, optimality, competence, combining transparency and confidentiality. Defined and systematized the main components of the financial and economic security of industrial enterprises. Reveals the key subsystems of financial and economic security contained in the marketing strategy of the company, commodity or assortment strategy, pricing strategy, distribution strategy, communication. The basic methodological provisions and principles on which the marketing strategy of the company as a conceptual category of special economic science. Studied the mutual relationship marketing strategy and the level of financial and economic security in an industrial plant. Studied and systematized principles and fundamentals of marketing strategy of industrial enterprises. Highlight factors and factors influencing the marketing strategy of industrial enterprise from a position of financial and economic security. Provided a brief informative description of the system of industrial enterprise marketing strategy and its subspecies and key elements. The interaction between the elements of the marketing strategy of an industrial enterprise.

*Key words: marketing strategy, financial and economic security, industrial enterprise, the domestic economy.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах економічних і політичних криз в Україні, посилення конкурентної боротьби, вирішення питань об'єктивного визначення становища підприємства на ринку, оцінка рівня фінансово-економічної безпеки і виявлення слабких сторін виробничої діяльності, дозволить забезпечити високий рівень ефективності діяльності підприємства та дасть змогу вийти на світовий ринок в умовах інтеграції в ЄС, зменшити негативний вплив світової фінансово-економічної кризи. Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства є досить актуальним питанням у сучасних умовах господарювання. Стабільне функціонування, зростання економічного потенціалу будь-якого підприємства в умовах ринкових відносин багато в чому залежить від наявності надійної системи фінансово-економічної безпеки.

Одним із дієвих механізмів забезпечення фінансово-економічної безпеки вітчизняних промислових підприємств є маркетингова стратегія. Стратегічний маркетинг є одним із основних інструментів, який допомагає забезпечити ефективність використання ресурсів та приводить у відповідність діяльність підприємства до вимог ринку.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблема управління фінансово-економічною безпекою підприємства найбільш повно розкривається в працях таких учених, як Васильців Т. Г. [1], Столбов В. Ф. та Шаповал Г. М. [2], Варналій З. С. [3].

На думку Васильцева Т. Г., поняття фінансово-економічної безпеки є складним і потребує комплексного, системного підходу до розуміння сутності та створення системи управління нею на рівні підприємства [1, с. 43].

Столбов В. Ф. та Шаповал Г. М. зазначають, що під фінансово-економічною безпекою підприємства слід розуміти стан захищеності його ресурсів та інтелектуального потенціалу від наявних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування, який характеризується високими фінансовими показниками діяльності та перспективою економічного розвитку в майбутньому [2, с. 105].

Поняття фінансово-економічної безпеки досить точно визначив Варналій З. С. як результат комплексу складових, орієнтованих на усунення фінансово-економічних загроз функціонування та розвитку підприємства і забезпечення його фінансової стійкості й незалежності, високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу, оптимальності та ефективності організаційної структури, правового захисту діяльності, захисту інформаційного середовища, комерційної таємниці, безпеки персоналу, капіталу, майна та комерційних інтересів [3, с. 176].

## **ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ**

Мета дослідження полягає в систематизації та аналізі підходів щодо впровадження маркетингової стратегії для забезпечення фінансово-економічної безпеки промислових підприємств.

Мета дослідження визначила необхідність:

- виявити сутність поняття «фінансово-економічна безпека» на підприємствах;
- визначити основні принципи, яких необхідно дотримуватися при організації, побудові та в процесі впровадження комплексної системи економічної безпеки підприємства;
- проаналізувати основні складові фінансово-економічної безпеки;
- визначити основні підсистеми та головну мету маркетингової стратегії.

Вирішення поставлених завдань має сприяти підвищенню фінансово-економічної безпеки промислових підприємств.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Основна ціль економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільну максимально ефективну діяльність зараз і високий потенціал розвитку в майбутньому. Для забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно враховувати всі види загроз та їх суб'єктів, а також особливості конкретного підприємства.

Слід зауважити, що досить точно розкриває поняття фінансово-економічної безпеки визначення Мойсеєнко І. П. та Марченко О. М., які вважають, що фінансово-економічна безпека підприємства – це стан підприємства, який забезпечує захищеність його фінансово-економічних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз та створює необхідні фінансово-економічні передумови для стійкого розвитку в поточному та довгостроковому періодах [4, с. 15].

В основу розробки комплексної системи забезпечення економічної безпеки необхідно внести визначену концепцію та чітке бачення її структури, які ґрунтуються на таких методичних положень:

- кожне підприємство є системою, що включає різні, пов'язані між собою, складові елементи, причому її якісні риси не властиві частинам і компонентам. Саме на межі внутрішніх і зовнішніх зв'язків системи (підприємства) можуть утворюватися прогалини, через які реалізуються різні види загроз її економічної безпеки. Для забезпечення належного ступеня захисту від них і необхідно протиставити діяльність, яка б мала системний характер;
- система економічної безпеки не може бути однаковою в різних підприємствах, установах чи організаціях. Її відмінність та унікальність залежить від спеціалізації та структури виробничої діяльності, а також промислового потенціалу, місця суб'єкта господарювання на ринку, кваліфікації та дисциплінованості кадрів тощо;
- система економічної безпеки окремого підприємства є відносно самостійною й відособленою по відношенню до аналогічних систем безпеки інших суб'єктів підприємницької діяльності, у той же час, якщо виходити, наприклад, з адміністративно-територіального поділу, система економічної безпеки окремого підприємства є складовим елементом системи економічної безпеки міста, району, області, держави;
- система економічної безпеки суб'єкта господарювання може бути тільки комплексною. Її забезпечення тісно пов'язане з рівнем забезпечення науково-технічної, кадрової, екологічної, інформаційної, фізичної безпеки та ін.;
- ефективне забезпечення економічної безпеки підприємства можливе за умов, коли вибір та застосування сил, засобів та охоронних заходів здійснюється на основі детально розробленої концепції [5].

Під час дослідження були виділені основні принципи, яких необхідно дотримуватися при організації, побудові та в процесі реалізації комплексної системи економічної безпеки підприємства:

- Комплексність (системність) – необхідність створення такої системи безпеки, що забезпечила б захищеність усіх об'єктів підприємства. Пріоритет заходів запобігання (своєчасність) – раннє виявлення загроз та запобігання їх шкідливому впливу.
- Безперервність – постійна дія системи.
- Законність – робота повинна здійснюватися на основі діючого законодавства.
- Взаємодія – злагоджена діяльність усіх учасників системи, включаючи тісні ділові контакти й узгодження дій із зовнішніми організаціями, які забезпечують безпеку підприємств.
- Плановість – діяльність по забезпеченню безпеки ґрунтується на основі єдиного задуму, викладеного в комплексній програмі, та конкретних планах по окремих напрямках безпеки.
- Оптимальність – досягнення максимальної функціональної ефективності (віддачі) системи економічної безпеки при фіксованих витратах ресурсів, які були виділені на її реалізацію.
- Компетентність – професіоналізм усіх учасників системи.
- Поєднання гласності та конфіденційності – з одного боку, система основних заходів безпеки повинна бути відома всім працівникам підприємства, а з іншого, – ціла низка засобів, сил, методів забезпечення безпеки повинна бути законспірованою та відомою дуже вузькому колу фахівців.

Враховуючи наведену інформацію й усвідомлюючи, що дія практично будь-якої загрози може викликати зниження фінансової стійкості підприємства та навіть кризовий фінансовий стан, правильним буде створення на підприємстві системи фінансово-економічної безпеки, складові якої наведено на рис. 1.

Слід зауважити, що метою системи фінансово-економічної безпеки підприємства повинне бути своєчасне виявлення та запобігання всіх можливих загроз для забезпечення фінансової стійкості та економічного зростання підприємства.

Зазначимо, що для того, щоб попереджати загрози та, в разі крайньої потреби, ліквідувати наслідки їх дії, система фінансово-економічної безпеки повинна містити всі перераховані складові.

Однак необхідно пам'ятати, що систему фінансово-економічної безпеки необхідно будувати таким чином, щоб захищатися від найбільш небезпечних саме для цього підприємства ризиків, а не за єдиним для всіх шаблоном.



Рис. 1.Складові системи фінансово-економічної безпеки підприємства [6]

Отже, для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства обов'язковими є розробка та реалізація стратегічного маркетингу.

Маркетингова стратегія являє собою найважливішу функціональну стратегію підприємства, яка є основою розробки загальнофірмової стратегії й бізнес-плану, вона охоплює всі господарські галузі і функціональні підсистеми підприємства.

Слід зауважити, що стратегія маркетингу фірми містить чотири ключові підсистеми:

- товарну або асортиментну стратегію;
- цінову стратегію;
- розподільну стратегію;
- стратегію комунікацій.

Кожна з перелічених підсистем має особливості, проте всі вони повинні бути направлені на досягнення поставленої мети підприємства, підвищення конкурентного статусу.

Вхідні та вихідні елементи становлять невід'ємну частину процесу складання стратегії маркетингу.

Чинники, детальна оцінка яких є первинною щодо розробки стратегії маркетингу, називаються вхідними елементами. Це означає, що вони являють собою фактори середовища маркетингової діяльності й ключові цілі підприємства.

Своєю чергою, вихідні елементи є стратегічними управлінськими рішеннями щодо маркетингової діяльності компанії, а саме щодо комплексу складових маркетингу, який складається з чотирьох елементів – товару, ціни, збуту, а також просування.

Головне завдання маркетингової стратегії – взаємоузгодження цілей підприємства з його реальними можливостями, вимогами споживача, слабкими позиціями конкурентних організацій, а також конкурентними перевагами.

## ВИСНОВКИ

Маркетингова складова повинна враховувати стан ринку і конкурентного середовища, наявність конкурентних переваг, рівень конкурентоспроможності підприємства і продукції. Щоб мати уявлення про загрози, які можуть негативно вплинути на діяльність підприємства і його економічну безпеку, та щоб їм протидіяти, необхідно здійснювати дослідження чинників зовнішнього середовища.

Сьогодні дедалі більше підприємств визнає необхідність орієнтації своїх стратегій на ринок, тому ефективне здійснення маркетингової діяльності стає важливим чинником успіху в ринковому середовищі. За допомогою маркетингу можуть бути досягнуті цілі всіх найважливіших зацікавлених груп підприємства (власники, акціонери, персонал тощо).

Проблема визначення економічної ефективності маркетингової діяльності переслідує дві мети: обґрунтування ефективності маркетингової діяльності на стадії розробки або ухвалення рішення, зокрема вибір оптимального варіанта; визначення кінцевої ефективності маркетингової діяльності після завершення певного періоду часу, виходячи із фактично досягнутих результатів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Фінансово-економічна безпека підприємств України : стратегія та механізми забезпечення : монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В.; за ред. Т. Г. Васильціва. — Львів : Ліга-Прес, 2012. — 386 с.
2. Столбов В. Ф. Особливості управління системою фінансово-економічної безпеки будівельних підприємств / В. Ф. Столбов, Г. М. Шаповал // Комунальне господарство міст : наук.-техн. збірник. — 2013. — № 111. — С. 103—108.

3. Варналій З. С. Глобалізація інвестиційних процесів і фінансова безпека України / З. С. Варналій // Стратегічна панорама. — 2001. — № 3—4. — С. 176—178.
4. Мойсеєнко І. П. Управління фінансовою безпекою підприємства : навч. посіб. / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко. — Львів : Видавництво ЛДУВС, 2011. — 380 с.
5. Кім Ю. Г. Управління системою фінансової безпеки підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 21.04.02 «Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності» / Ю. Г. Кім. — К., 2009. — 21 с.
6. Власюк О. С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку / О. С. Власюк. — К. : Нац. Ін-т пробл. міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України, 2008. — 48 с.

#### REFERENCES

1. Vasil'tsiv, T.G., Voloshin, V.I., Boikevich, O.R. and Karkavchuk, V.V. (2012), *Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukraini : strategiya ta mehanizmi zabezpechennya* [The financial and economic security of Ukraine: strategy and mechanisms to ensure], Liga-Pres, Lviv, Ukraine.
2. Stolbov, V.F. and Shapoval, G.M. (2013), “Features of the system of financial and economic security building enterprises”, *Komunalne gospodarstvo mist*, [Utilities city], no 111, pp. 103-108.
3. Varnalii, Z.S. (2011), “The globalization of investment processes and financial security of Ukraine”, *Strategichna panorama*, no 3—4, pp 176—178.
4. Moiseenko, I.P. and Marchenko, O.M. (2011) *Upravlinnya finansovo-ekonomichnoyu bezpekoyu pidpriemstva* [Financial and economic security company], tutorial, LDUVS, Lviv, Ukraine.
5. Kim, Yu.G. (2009), “Upravlinnya sistemoyu finansovoï bezpeki pidpriemstva”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Economy), 21.04.02, Higher education institution “University of Economics and Law “Krok”, Kyiv, Ukraine.
6. Vlasyuk, O.S. (2008), *Teoriya i praktika ekonomichnoyi bezpeki v sistemi nauki pro ekonomiku* [Theory and practice of economic security in the sciences of economics], National Institute of International Security Problems, Kyiv, Ukraine.