

ДОМЕННИЙ ПРОСТІР МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

SPACE DOMAIN MARKETING POTENTIAL ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE

У статті проведено аналітичне дослідження особливостей, принципів та моделювання доменного простору маркетингового потенціалу економічної безпеки підприємства. Сформульовано основні вимоги щодо побудови доменного простору маркетингового потенціалу. Зазначено, що під доменним підходом до економічної безпеки підприємства слід розуміти правильне визначення цілей і умов для проходження процесу, дослідження комплексної системи економічної безпеки для безумовного виконання поставлених цілей. Зазначений підхід виражатиметься у визначенні всіх необхідних заходів щодо забезпечення повної безпеки підприємства.

Ключові слова: маркетинговий потенціал, економічна безпека підприємства, семантична мережа, доменний простір, індикатори.

В статье проведено аналитическое исследование особенностей, принципов и моделирования доменного пространства маркетингового потенциала экономической безопасности предприятия. Сформулированы основные требования к построению доменного пространства маркетингового потенциала. Отмечено, что под доменным

подходом к экономической безопасности предприятия следует понимать правильное определение целей и условий для прохождения процесса, исследования комплексной системы экономической безопасности для безусловного выполнения поставленных целей. Указанный подход будет выражаться в определении всех необходимых мер по обеспечению полной безопасности предприятия.

Ключевые слова: маркетинговый потенциал, экономическая безопасность предприятия, семантическая сеть, доменное пространство, индикаторы.

This article provides an analytical study characteristics, principles and modeling domain space marketing potential of economic security. The basic requirement for construction space domain marketing potential. It is noted that in the domain of economic security approach should understand the correct definition of the objectives and conditions for the passage of process research complex system of economic security for the unconditional implementation of the goals. This approach will mean identifying all necessary measures to ensure full security.

Key words: marketing potential, economic security, semantic network domain space, indicators.

УДК 004.832

Іванченко Н.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Тюн І.В.

студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

Постановка проблеми. Кризові явища в економіці, світові тенденції глобалізації, зростання темпів розвитку національних ринків і, як наслідок, посилення до неможливості конкурентної боротьби висувають високі вимоги до забезпечення економічної безпеки господарських суб'єктів на ринку.

В умовах істотної динаміки ринкових факторів, невизначеності поведінки бізнесових структур здійснюється переорієнтація діяльності підприємств на використання концепції економічної безпеки як сукупності практичних засобів і прийомів управління, у зв'язку з чим виникає необхідність нагромадження та систематизації відповідної інформації про стан усіх потенціалів, а особливо маркетингового.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами розробки системи управління економічною безпекою за окремими потенціалами займалися такі автори, як: Отенко І.П., Є.А. Олейніков, М. Бендиктов, Ординський В.Л. та інші вчені. Разом з тим, слід зазначити, що в недостатньо повній мірі приділяється увага моделюванню маркетингових задач в системі управління економічною безпекою підприємства.

Постановка завдання. Метою проведеного дослідження є розробка та обґрунтування доменного простору маркетингового потенціалу як складової економічної безпеки підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження.

Важливість вивчення теоретичних засад та розробка методів та моделей підвищення рівня економічної безпеки підприємства (ЕкБП) в країнах, які інтегруються у європейській діловий простір, зумовлена, в першу чергу, призупиненням темпів розвитку бізнесу в умовах виходу з фінансової кризи, нестабільної політичної та військової ситуації в Україні. Відповідно, необхідне здійснення системно-структурного аналізу та імплементація позитивного світового досвіду забезпечення економічної безпеки підприємства.

Маркетинговий потенціал ЕкБП визначає роль і стійке положення підприємства на ринку. В умовах ринку задоволеність конкретного покупця пропонуваними йому властивостями товару знаходить своє підтвердження в договорі купівлі-продажу. Такий збіг властивостей товару і вимог споживача, при якому дотримуються інтереси виробника і споживача, визначає конкурентоспроможність продукції. Таким чином, конкурентоздатний товар повинен володіти не тільки набором технічних, естетичних, ергономічних і інших властивостей, але і відповідати умовам реалізації (ціна, терміни постачань, якість, сервіс тощо). Конкурентоздатна продукція реалізується на ринку з найменшими витратами. При цьому товар з вищим рівнем якості може бути менш конкурентоздатний, якщо його вартість значно збільшена за рахунок

додання йому нових властивостей, незатребуваних споживачами.

Всі підприємства володіють величезним початковим багажем даних і практичного досвіду. Але поки ця інформація розосереджена в базах даних, сховищах документів, повідомленнях електронної пошти, звітах про продажі і в пам'яті співробітників. Проблема в тому, щоб організувати доступ до цих даних, надавши їм форму, зручну для використання. Це не просто, а якщо ще потрібно зробити це швидко (щоб прийняти на основі аналізу інформації невідкладне рішення), завдання може виявитися практично нездійсненним.

Таким чином, формалізація знань та сутностей в ДП ЕкБП повинна стати системоутворюючим чинником, що сприяє підвищенню його інноваційного потенціалу, можливостей підприємства, які використовуються для досягнення поставленої мети, рішення певних задач. Системний принцип отримання знань, управління знаннями полягає в умінні вирішувати професійні задачі в типових і нестандартних ситуаціях, а також в розвитку системного мислення, баченні об'єкту не окремо, а в системі взаємних стосунків; формуванні світогляду, пов'язаного з цінностями суспільства, в знанні й баченні взаємообумовлених процесів.

Доменний простір дозволяє розглядати досліджувані об'єкти на різних рівнях деталізації:

- можна деталізувати класифікацію класу досліджуваних об'єктів. Цю класифікацію можна проводити за різними ознаками і мати скільки завгодно велику кількість рівнів її деталізації;

- можна здійснювати декомпозицію самих досліджуваних об'єктів, тобто переходити до розгляду структур взаємозв'язаних частин цих об'єктів. При цьому кількість ієрархічних рівнів такої декомпозиції може бути скільки завгодно великою;

- можна розглядати зв'язки досліджуваних об'єктів з новими і новими допоміжними об'єктами, що не входять до класу досліджуваних об'єктів;

- можна розширювати сигнатуру доменного простору і вводити нові відносини і операції, алгебри, що розглядають нові зв'язки досліджуваних об'єктів як між собою, так і з допоміжними об'єктами.

Вказану деталізацію розгляду досліджуваних об'єктів можна здійснювати як в рамках початкового доменного простору ЕкБП, розширюючи цей наочний простір у відповідних напрямках, а можна переходити до системи самостійних, але зв'язаних між собою ДП.

Метод доменного аналізу, а зокрема, – метод організаційного доменного моделювання – це спосіб аналізу зв'язаних систем у домені для виділення їх схожих і відмінних частин. Цей аналіз є методом систематичного повторного використання компонентів. Доменний простір визнача-

ється певними характеристиками, термінологією, функціональністю та є допустимою потенційною обмеженою підмножиною значень даного типу.

Організаційне доменне моделювання виконується в три етапи, що виконуються послідовно:

1. Планування домену;
2. Моделювання домену;
3. Розробка базису компонентів.

Кожен з етапів складається з набору методик, що забезпечують практичне виконання доменного аналізу, застосованого до досліджуваної простору. Розглянемо детальніше запропонований підхід до проведення доменного аналізу ЕкБП.

Етап 1. Планування домену ЕкБП.

На етапі планування домену ЕкБП проводиться визначення і опис меж досліджуваного домену для відокремлення від інших (можливо також зв'язаних) доменів. Стосовно проблеми дослідження, доменом дослідження є домен ЕкБП. Цей етап складається із наступних основних послідовних підетапів:

- визначення цілей моделювання;
- визначення меж доменної простору;
- визначення домену дослідження.

Етап 2. Моделювання домену ЕкБП.

Наступна фаза – фаза «моделювання домену».

Складові цієї фази наступні:

- накопичення інформації по домену;
- розробка описових моделей домену;
- деталізація моделі домену.

Етап 3. Розробка базису компонент ДП ЕкБП

Третя фаза ODM – «розробка базису компонент» – складається з наступних підетапів:

- визначення базису компонент;
- проектування базису компонент;
- реалізація базису компонент.

Доменний простір (ДП) ЕкБП – це сфера дій та інтересів безпеки підприємства. В контексті інформаційних систем це поняття розглядається, як простір застосування, сфера, в якій розроблюються системи ЕкБП.

Доменний простір ЕкБП дозволяє розглядати досліджувані потенціали на різних рівнях деталізації. Деталізацію розгляду досліджуваних об'єктів можна здійснювати як в рамках початкового доменного простору, розширюючи цей доменний простір у відповідних напрямках, а можна переходити до системи самостійних, але зв'язаних між собою доменних просторів. На рис. 1 приведена семантична мережа (СМ) ДП маркетингового потенціалу ЕкБП.

Семантична мережа ДП ЕкБП – це структура знань, реалізована на ЕОМ, та призначена для візуалізації інформації при її подальшому використанні – спосіб зображення процесу загального системного мислення за допомогою схем.

В роботі пропонується визначати маркетингову складову за сімома групами індикаторів:

витрати/прибуток, результативність, збут, логістика, клієнти/споживачі, інформація та інновації, партнери по збуту.

За допомогою СМ ДП ЕкБП можна наочно представляти досить складні концепції і великі об'єми інформації. Найчастіше з цією метою використовують концептуальні граfi Дж. Соува і блокові структури Г. Хендрікса. Вершинами концептуального графа є або об'єкти (поняття, сутності) наявної галузі, або концептуальні відношення. Ребра концептуального графа зв'язують між собою вершини-поняття і вершини-відношення. При цьому ребра можуть виходити з вершини-поняття і закінчуватися у вершині-відношення, і навпаки.

З семантичної точки зору доменні простори можуть бути зв'язані між собою таким чином: множини всіх сигнатурних елементів одного доменного простору S_1 може бути множиною головних (досліджуваних) об'єктів іншого доменного простору S_2 . Це означає, що доменний простір S_2 є фреймом по відношенню до доменного простору S_1 . Залежно від сигнатури доменний простір S_2 він може бути, наприклад, або теоретико-множинним, або логічним фреймом доменного простору S_1 .

Як приклади відносин, заданих на множинах доменних просторів, розглянемо виділення частинного ДП на основі виділення підмножини з сімейства класів досліджуваних об'єктів або з максимального класу досліджуваного об'єкту. У такий спосіб ДП ЕкБП, об'єктами дослідження якої є потенціали – маркетинговий і доменний простір фінансовий та інші (рис. 2). З ДП маркетингового потенціалу можна виділити ДП фінансового потенціалу, об'єктами дослідження якого є індикатори, а предметом дослідження – їх числові характеристики різні їх значення.

Наприклад, домен «фінансовий потенціал» визначений на базовому типі рядків індикаторів, але до числа його значень можуть входити тільки ті індикатори, які можуть представляти домен «фінансовий потенціал»

До одного домену можуть входити значення з декількох колонок, об'єднаних, крім однакового типу даних, ще і логічно. Якщо два значення беруться з одного і того ж домена, то можна виконати порівняння цих двох значень.

Різні ДП потенціалів ЕкБП можуть перетинатися. Тобто елементи одного доменного простору можуть бути також і елементами іншого доменного простору.



Рис. 1. Семантична мережа доменного простору маркетингового потенціалу ЕкБП

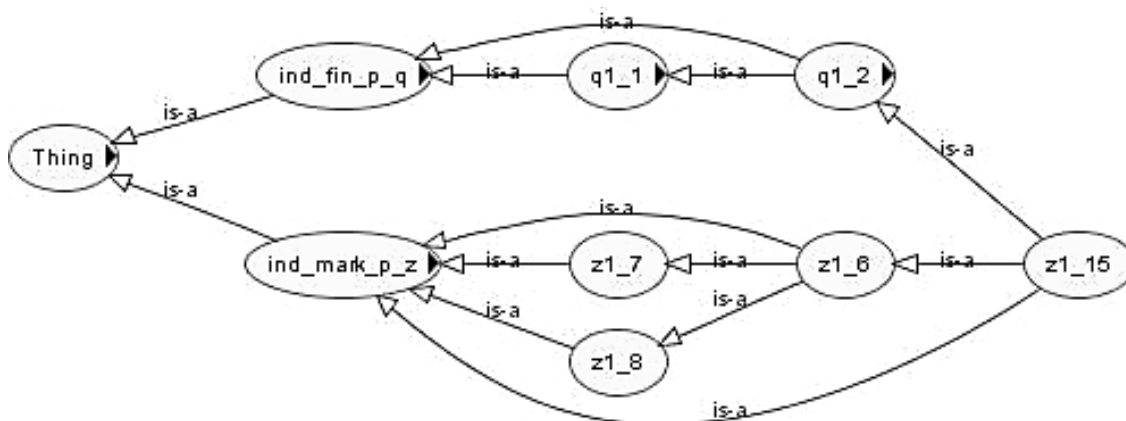


Рис. 2. Схема семантичної мережі маркетингового потенціалу і впливу фінансового потенціалу

ного простору. При цьому можливі різні варіанти такого перетину. Це може бути строгий перетин, строге включення. Загальні елементи доменних областей, що перетинаються, можуть в рамках цих областей виконувати як однакові, так і різні ролі. Так, наприклад, первинні елементи одного доменного простору можуть входити до складу іншого доменного простору, як вторинні елементи, як сигнатурні елементи. Об'єкти дослідження одного доменного простору можуть входити до складу іншого доменного простору, як допоміжні елементи.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, під ДП підходом у ЕкБП слід розуміти правильне визначення цілей і умов для проходження процесу, дослідження комплексної системи ЕкБП для безумовного виконання поставлених цілей. Підхід у ДП ЕкБП виражатиметься у визначенні всіх необхідних заходів щодо забезпечення повної безпеки підприємства. Експерти та аналітики домену здобувають відповідну інформацію і знання. Вони аналізують і резюмують їх. За допомогою доменних спеціалістів знання і абстракції організуються і фіксуються у вигляді моделей домену, стандартів, класифікацій і набору компонент багатократного використання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванченко Н.О. Онтології узгодження властивостей структури доменного простору економічної безпеки підприємства / Н.О.Іванченко // Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід: Тези доповідей IV Міжнародної науково-методичної кон-

ференції, 24-26 жовтня 2013 року, Тернопіль / відпов. ред. Р.М. Рогатинський. – Тернопіль: Вид-во ТНТУ імені Івана Пулюя, 2013. – С. 84-86.

2. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: Навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З.Б. Живко та ін.]; – К.: Правова єдність, 2009. – 544 с.

3. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник / укл. І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2012 – 256 с.

4. Іванченко Н.О. Семантичне моделювання техніко-технологічної функціональної складової економічної безпеки підприємства./ Іванченко Н.О. // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – Вип. 127. – С. 276-282.

REFERENCES:

1. Ivanchenko N.O. Ontologii uzgodzhennia vlastyvostei struktury domennoho prostoru ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. Modeliuvannia ekonomiky: problemy, tendentsii, dosvid: Tezy dopovidei IV Mizhnarodnoi naukovo-metodychnoi konferentsii, 24-26 zhovtnia 2013 roku, Ternopil / vidpov. red. R.M. Rohatynskiy. – Ternopil : Vyd-vo TNTU imeni Ivana Puliuia, 2013. – S. 84-86.

2. Ekonomichna bezpeka pidpriemstv, orhanizatsii ta ustanov : Navch. posibnyk [dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / [V. L. Ortynskyi, I. S. Kernyskyi, Z.B. Zhyvko ta in.]; – K. : Pravova yednist, 2009. – 544 s.

3. Otenko I. P. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva : navchalnyi posibnyk / ukl. I. P. Otenko, H. A. Ivashchenko, D. K. Voronkov. – Kh. : Vyd. KhNEU, 2012 – 256 s.

4. Ivanchenko N.O. Semantychne modeliuvannia tekhniko-tekhnologichnoi funktsionalnoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva / Ivanchenko N.O. // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – Vyp. 127. – S. 276-282.