

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Для протидії і боротьби з різного роду загрозами та небезпеками необхідним є створення системи економічної безпеки та ефективне управління нею. Визначено місце маркетингової складової в економічній безпеці підприємства. Розглянуто значення ефективної маркетингової стратегії для забезпечення економічної безпеки та успішного функціонування підприємства. Визначено маркетинг, як функцію управління, яка прагне збільшити цільовий ринок, побудувати довгострокові відносини, задовольнити клієнтів, забезпечити бажану прибутковість і зміцнити конкурентну перевагу.

Досліджено теоретичні підходи до здійснення антикризового управління, визначено специфічні особливості підтримки економічної безпеки будівельних підприємств у коротко-, середньо- і довгостроковому періодах. Виділено основні функціональні цілі економічної безпеки підприємства. Надано коротку характеристику окремих етапів управління системою економічної безпеки підприємства. Запропоновано процес управління економічною безпекою підприємства поділити на такі етапи: постановка та обґрунтування цілей щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства, виявлення проблеми, встановлення обмежень для мінімізації фінансових втрат підприємства, розробка комплексу заходів, спрямованих на усунення виявленої проблеми, прийняття оптимального рішення стосовно забезпечення фінансово-економічної безпеки, узгодження прийнятого рішення з керівництвом підприємства, проведення поточного моніторингу за ходом реалізації прийнятої стратегії.

Досліджено тенденції розвитку підприємств будівництва, виявлено їх особливості: етапність виконання будівельних робіт; різноманіття виробничих зв'язків; тривалість виробничого циклу; стаціонарність об'єкта будівництва; висока технологічність сучасного будівельного виробництва. Охарактеризовано етапи будівельних проектів: підготовка будівництва, виконання будівельних робіт та задача готового об'єкта будівництва в експлуатацію. Наведено причини банкрутства будівельних підприємств: неефективному маркетингу, неефективній політиці надання можливості купувати квартири у розстрочку, збільшенні виробничих витрат через застосування застарілих технологій.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, маркетингова діяльність, маркетингова складова економічної безпеки підприємства, маркетинг, маркетингова стратегія, ризики, загрози, управління ризиками та

загрози, економічна діагностика, конкурентоспроможність, банкрутство, антикризове управління.

Вступ. Повномасштабний напад росії призвів до різкого зниження економічної активності в Україні, фізичних руйнувань та тимчасової окупації низки територій кількох областей, високого рівня невизначеності та ризиків, розірвання логістичних і виробничих зв'язків, вимушеної масової міграції населення, підвищення рівня вразливості до різного виду ризиків, загроз та небезпек, зростання випадків недобросовісної конкуренції, фіктивного підприємництва, рейдерських атак – усе це є об'єктивними передумовами для дослідження питань управління підприємством на засадах удосконалення системи його економічної безпеки [1].

Останнім часом будівельна галузь вважається висококонкурентною та динамічною. Щоб залишатися прогресивними в такому середовищі, будівельним компаніям необхідно бути агресивними щодо ведення бізнесу. Саме тут проявляється важливість маркетингу та розвитку бізнесу. Кожен, хто займається будівництвом, повинен знати технологію, продукти, фінансування, процеси та умови сучасного ринку, які постійно змінюються. Для того, щоб залишатися прогресивним і спрямованим у майбутнє, керівникам фірми, які приймають рішення, необхідно взяти на себе більш помітні ролі та включити стратегічне планування, щоб забезпечити виживання відповідних компаній, а також будівельної галузі. Отже, маркетингова стратегія відіграє важливу роль в успіху будівельної компанії в цій висококонкурентній галузі. Відділ маркетингу компанії формулює маркетингові цілі та завдання, визначені в стратегічному плані.

Аналіз досліджень і публікацій. В сучасних умовах господарювання є доцільним переглянути напрями та можливості розвитку маркетингової діяльності будівельних підприємств. Слід зазначити, що незважаючи на важливість ролі, яку будівельна індустрія відіграє в економічній системі, кількість публікацій, присвячених маркетинговим аспектам будівництва, відносно невелика. Серед небагатьох публікацій, присвячених особливостям маркетингу як інструменту забезпечення економічної безпеки підприємств, можна виділити праці Г.В. Земко [2,3], Д. Асамоах-Черемех [4], С.А. Матюх [4], І.В. Бойка.

Розробки щодо забезпечення економічної безпеки будівельних підприємств здійснювали В.М. Андрієнко, І.В. Вахович, М.П. Денисенко, В.І. Дмитренко, С.С. Гасанов [5], А.М. Штангрет [5], Я.В. Котляревський [5], З.В. Лагутіна, І.П. Мігус, О.О. Молодід [6,7], Т.В. Момот, І.В. Пірятінська, Л.В. Сорокіна [6,7,8], С.П. Стеценко [6,7,8], О.Ю. Беленкова [7,8,9], К.В. Ізмайлова [10], Л.В. Гусарова [11,12], Т.Ю. Цифра [13], О.В. Федосова та інші.

Постановка завдання. Основним завданням постає формування системи економічної безпеки підприємства, здатної в умовах цифровізації економіки з високою точністю виявляти і нейтралізувати загрози розвитку і функціонуванню, що і визначає актуальність дослідження

Метою формування системи фінансово-економічної безпеки будівельного підприємства є захист його діяльності від зовнішніх та внутрішніх ризиків та

загроз для забезпечення стабільного функціонування підприємства та фінансово-економічного зростання.

Основна частина. Підвищений динамізм функціонування української економіки вимагає від підприємств гнучкості й адаптації до постійно мінливих зовнішніх умов, у тому числі й у сфері безпеки. Наявність численних факторів ризику, що ускладнюють прийняття правильних управлінських рішень, зумовлює необхідність розробки науково обґрунтованих методів управління системою економічної безпеки, в тому числі практичних методів оцінки рівня економічної безпеки підприємства [1].

Руйнівну дію несприятливих чинників макрооточення особливо гостро відчувають будівельні підприємства, оскільки упродовж їх довготривалого операційного циклу відбуваються помітні зміни цін, процентних ставок, курсу національної валюти, а також кон'юнктури попиту на житлову, комерційну, промислову нерухомість. Чимало підприємств будівництва, які порівняно стабільно працювали 5 – 10 років тому, знаходиться на межі банкрутства або вже збанкрутіло.

Економічна безпека, насамперед її маркетингова складова, є необхідною умовою успішного та ефективного функціонування підприємства. З іншого боку, ефективна маркетингова стратегія впливає на економічну безпеку підприємства, яка є основою успіху будівельного підприємства.

Будівельні підприємства усвідомлюють важливість залучення маркетингу до своїх управлінських функцій як способу пристосуватися не лише до постійних змін у галузі, але й задовольнити вимоги своїх клієнтів, залишаючись конкурентоспроможними та покращуючи свою бізнес-стратегію. Маркетинг – це функція управління, яка прагне збільшити цільовий ринок, побудувати довгострокові відносини, задовольнити клієнтів, забезпечити бажану прибутковість і зміцнити конкурентну перевагу. Однак, забезпечення цієї умови неможливо без дієвої системи раннього розпізнавання ризиків та загроз у коротко- і середньостроковому періодах. Основною функцією такої системи є здатність до ідентифікації дестабілізуючих факторів, навіть тоді, коли їх негативний вплив слабкий і ще не позначився на результатах економічної діяльності. Вказане не втрачає актуальності і для управління відносно успішними підприємствами, для яких імовірність погіршення фінансового стану, а тим більше банкрутства, у найближчі 1-2 роки лишається низькою.

У численних наукових працях [14-18] доведено, що для протидії і боротьби із дестабілізаторами економічної стабільності насамперед потрібно створити дієву систему економічної безпеки.

Враховуючи завдання, які постають перед системою фінансово-економічної безпеки, процес управління економічною безпекою підприємства пропонуємо поділити на такі етапи (рис.1):

1 етап: - постановка та обґрунтування цілей щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства;

- аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;

- розробка оціночної системи, яка дає можливість визначити сукупність обставин і фактів, що характеризують стан зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та можливість досягнення цілей підприємства за даних обставин;

2 etan: - виявлення проблеми (загроз, ризиків);

- аналіз проблеми та причин її виникнення;

3 etan: - встановлення обмежень для мінімізації фінансових втрат підприємства, щодо розробки методів і способів організації заходів, спрямованих на нейтралізацію виявленої проблеми;

4 etan: - розробка комплексу заходів, спрямованих на усунення виявленої проблеми;

- вибір кращого рішення, щодо нейтралізації даної проблеми;

5 etan: - прийняття оптимального рішення стосовно забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства;

6 etan: - узгодження прийнятого рішення з керівництвом підприємства;

- об'єднання зусиль всіх підрозділів підприємства задля реалізації вже узгодженої стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки;

7 etan: - проведення поточного моніторингу за ходом реалізації прийнятої стратегії;

- здійснення контролю за реалізацією стратегічного плану та оцінка ефективності прийнятого рішення.

У сучасних умовах ринкової економіки перспективність комерційних організацій визначається їх здатністю залучати фінансові ресурси і виконувати фінансові зобов'язання перед різними кредиторами та інвесторами за рахунок результатів своєї діяльності – це є запорукою успішного функціонування [5,6].

Будівельні підприємства відрізняються від підприємств решти галузей національного господарства. Відмінними рисами є наступні: етапність виконання будівельних робіт; різноманіття виробничих зв'язків; тривалість виробничого циклу; стаціонарність об'єкта будівництва; висока технологічність сучасного будівельного виробництва [18].

Будь-який будівельний проект можна розбити на три етапи: підготовка будівництва, виконання будівельних робіт та здача готового об'єкта будівництва в експлуатацію.

У процесі підготовки будівництва виконуються техніко-економічні дослідження доцільності та ефективності його здійснення. На цій стадії розробляються основні техніко-економічні рішення майбутнього об'єкта. Потім готується проектно-кошторисна документація, в якій відображаються методи організації будівництва, види та обсяги робіт, технологія виконання робіт, кошторисна документація. Після цього проводиться інженерно-технічна підготовка до будівництва, включаючи розчищення території.

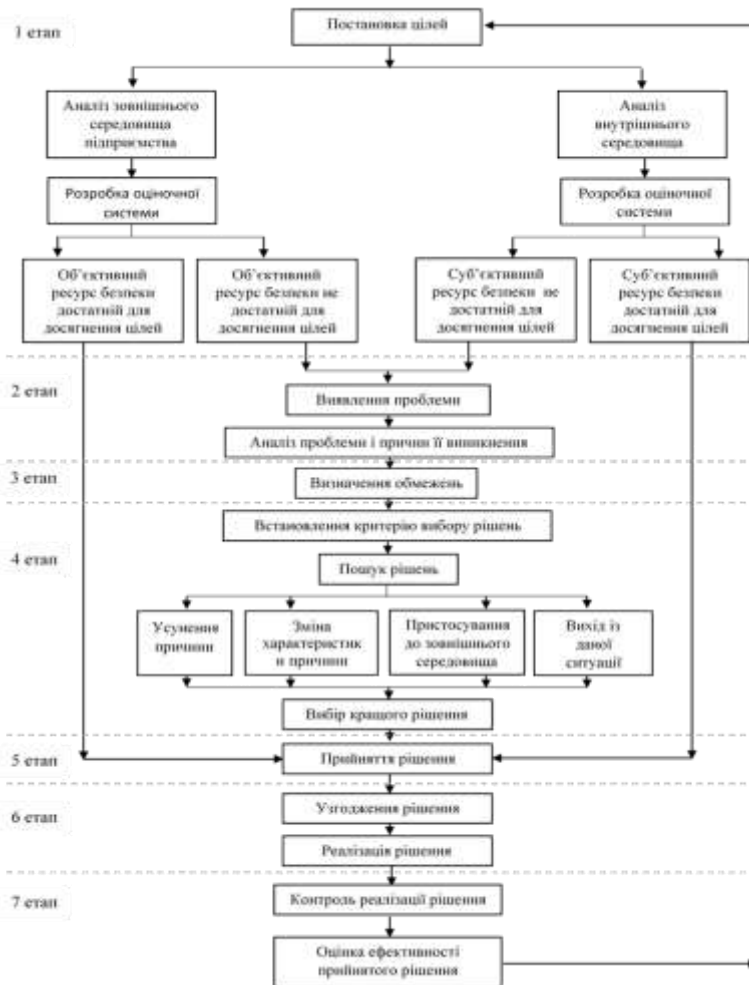


Рис. 1. Етапи процесу управління економічною безпекою підприємства.
Джерело: авторська розробка на основі [5]

На другій стадії на будівельному майданчику з'єднуються всі елементи будівельного виробництва, в результаті чого створюється будівельна продукція у вигляді матеріально-речових елементів – будівель і споруд. На цій стадії виконується калькулювання всіх сукупних і фактичних витрат виробництва.

На третій стадії будівельні об'єкти вводяться в експлуатацію, здійснюються пусконаладжувальні роботи по установці виробничого обладнання [18].

Різноманіття виробничих зв'язків в будівництві визначається тим, що у процесі зведення об'єкту приймає участь безліч підприємств, таких як підприємства по видобуванню сировини і матеріалів; підприємства – виробники будівельних матеріалів, виробів і конструкцій; транспортні компанії; проектні організації. Розгалуженість ланцюгу створення цінності будівельної продукції обумовлює необхідність чіткого узгодження місця, часу, кількості комплектуючих, якості поставок.

Тривалість виробничого циклу в будівництві призвела до появи особливої форми розрахунків за будівельну продукцію - оплата за виконання окремих етапів, видів робіт, технологічних процесів. По закінченню окремого етапу, або через певний проміжок часу, підрядник звітує перед замовником за виконані ним будівельні і монтажні роботи.

Навіть існує затвержене Міністерством фінансів України П(С)БО 18 «Будівельні контракти» [19], який регламентує порядок визнання доходів й фінансових результатів підрядних будівельних підприємств. Докорінна відмінність будівництва від промислового виробництва полягає в тому, що у промисловості до початку виробництва зводяться будівлі, споруди, встановлюються технологічні лінії, а після - випускається готова продукція остання, як правило, доставляється до кінцевого споживача. Будівельна продукція створюється на конкретній земельній ділянці і до моменту її ліквідації залишається на одному місці.

Висока технологічність будівельного виробництва вимагає не тільки застосування сучасної будівельної техніки та матеріалів, а й висуває підвищені вимоги до умінь і навичок робітників.

Отже, найважливіші причини банкрутства будівельних підприємств полягають у наступному:

1) Неefективний маркетинг. Невиправдане збільшення запасів матеріальних ресурсів без збільшення обсягу випуску і реалізації продукції, відсутність контролю над нормуванням і витратою матеріальних ресурсів у виробництві призводять до зростання розміру кредиторської заборгованості, її прострочення, яке тягне за собою збільшення пені та штрафів, звернення до господарського суду. До неefективного маркетингу також відносять недостатнє вивчення і виявлення нових ринків збуту і ринків постачальників, що призводить до придбання будівельної продукції за високими цінами, збільшення вартості кінцевої будівлі, не реалізації всіх будівельних площ і збитків.

2) Неefективна політика надання можливості купувати квартири у розстрочку. Збільшення термінів і затримка оплати коштів за новобудови. Як результат - утворення великого обсягу дебіторської заборгованості, збільшення тривалості її обороту, що призводить до нестачі обігових коштів, неможливості виконувати зобов'язання перед податковими органами, постачальниками і в кінцевому підсумку - до неefективних короткострокових запозичень, в результаті чого виникає фінансова криза.

3) Збільшення виробничих витрат через застосування застарілих технологій. Це впливає на конкурентоспроможність продукції за цінами і призводить до зниження реалізації і випуску продукції та до зростання витрат на собівартість продукції і в результаті до неможливості розплатитися за боргами [18].

Висновки. Оскільки задоволення клієнтів є однією з головних цілей маркетингу, це аспект, який заслуговує на увагу. Якщо підприємство задовольняє і виконує вимоги клієнта, вигрануть усі інші зацікавлені сторони. Зрозуміло, що основною мотивацією впровадження маркетингу всередині будівельних компаній є отримання економічної вигоди.

Будівельні підприємства повинні знати своїх клієнтів, щоб визначити, яку маркетингову стратегію використовувати. Маркетинг – це не лише функція, це інструмент, який можна використовувати для покращення розвитку будівельних компаній. З цієї причини всі вони повинні включити його в свій систематичний процес як інструмент покращення.

Отже, маркетингова стратегія відіграє важливу роль в забезпеченні економічної безпеки та успіху будівельного підприємства в цій висококонкурентній галузі.

Список літератури:

1. Лисиця Н.В. Формування механізму антикризового управління будівельного підприємства. The 7th Intern. scientific and practical conference “Application of knowledge for the development of science” (February 21 – 24, 2023) Stockholm, Sweden. International Science Group. 2023, p. 85-87.
2. Земко Г. В. Маркетингові аспекти системи економічної безпеки підприємства з огляду воєнного часу в Україні. Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об’єктів права інтелектуальної власності: IV Міжнар. науково-практична інтернет-конференція, 24-25 березня 2022 р. – Дніпро : Юрсервіс, 2022. С. 198–203
3. Земко, Г. В. Маркетингова складова системи економічної безпеки підприємства харчової промисловості. Інтелектуальна власність як складова системи забезпечення національної безпеки : ел. збірн. матер. III Міжн. наук.-практ. конф. «Інтерн.-міст КИЇВ – ДНІПРО», Київ: НДІ інтелектуальної власності НАПрН України, 2021. С. 80–83.
4. Асамоах-Черемех Д., Матюх С. Вплив маркетингу на виявлення та протидію загрозам економічній безпеці підприємств легкої промисловості України. Innovation and Sustainability. 2022. № 2. С. 49-54.
5. Гасанов С.С., Штангрет А.М., Котляревський Я.В. та ін. Антикризове корпоративне управління: теоретичні та прикладні аспекти. К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. 301 с.
6. Stetsenko S., Bolila N., Sorokina L., Tsyfra T., Molodid O. Monitoring mechanism of resilience of the anti-crisis potential system of the construction enterprise in the long-term period. Economics, finance and management review. 2020. №3, 31-42.

7. Bielienkova O., Stetsenko S., Sorokina L., Molodid O., Bolila N. System of preventive action of construction enterprises on the basis of identification of anticrisis potential. Scientific Journal of Astana IT University. 2020. №3. 15-27.

8. Stetsenko, S.P., Tytok, V.V., Emelianova, O.M., Bielienkova, O.Yu and Tsyfra T.Yu. Management of Adaptation of Economic Mechanisms of Construction to Increasing Impact of Digital Technologies on the National Economy. Journal of Reviews on Global Economic. 2020. №9. pp.149-164.

9. Bielienkova O., Novak Y., Matsapura O., ZapiechnaY., Kalashnikov, D., Dubinin, D.: Improving the Organization and Financing of Construction Project by Means of Digitalization. International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering, 12(8), 108–115 (2022).

10. Измайлова К.В., Боліла Н.В. Моделі прогнозування втрати фінансової стійкості як складова системи економічної безпеки підрядних будівельних підприємств. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2018. Вип. 38. С. 225-232.

11. Боліла Н.В., Гусарова Л.В. Класифікація та систематизація загроз економічній безпеці будівельних підприємств. Шляхи підвищення ефективності будівництва, 2019. Вип. 40, економічний. С.344-346.

12. Гусарова Л.В., Боліла Н.В. Екологічний компонент економічної безпеки як чинник сталого розвитку підприємств будівництва. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. №2 (68). С.121-124.

13. Боліла Н.В., Цифра Т.Ю., Шевченко Ю. Ефективне використання оборотних коштів будівельного підприємства як фактор економічної безпеки. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2020. Вип. 44 (економічний). С.174-182.

14. Tytok V., Emelianova O., Galinsky O., Lysytsia N., Malykhin M. Organisational and Economic Tools for Managing Investment Programmes Involving Construction Enterprises Through Digitalisation. Review of Economics and Finance this link is disabled, 2022, 20, pp. 1060–1066.

15. Tytok V., Bolila N., Ryzhakov D., Pokolenko V., Fedun I. CALS–technology as a basis of creating modules for assessment of construction products quality, regulation of organizational, technological and business processes of stakeholders of construction industry under the conditions of cyclical and seasonal variations. International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering. 2021. №1. 271-276.

16. Беленкова О.Ю., Титок В.В. Формування конкуренції на ринках первинної нерухомості: теоретичні передумови, моделі, чинники. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2020. № 44. С. 147–164.

17. Кіщенко Т.Є. Інвестиційна криза: причини і шляхи подолання. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2020. № 46. С. 72-78.

18. Васильєва Н.А., Боліла Н.В., Цифра Т.Ю. Прогнозування рівня санітарної спроможності будівельного підприємства. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2022. №49 (1). С. 157-163.

19. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 "Будівельні контракти"
Документ з0433-01, поточна редакція від 10.01.2012

References:

1. Lysytsia, N.V. (2023) Formuvannia mekhanizmu antykrizovoho upravlinnia budivelnogo pidpriemstva. The 7th International scientific and practical conference "Application of knowledge for the development of science" (February 21 – 24, 2023) Stockholm, Sweden. International Science Group, p. 85-87.
2. Zemko, H. V. (2022) Marketynhovi aspekty systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva z ohliadu voiennoho chasu v Ukraini. Upravlinnia proiektamy. Perspektyvy rozvytku proiektnoho ta neiromenedzhmentu, informatsiinykh tekhnolohii upravlinnia, tekhnolohii stvorennia ta vykorystannia ob'ektiv prava intelektualnoi vlasnosti: IV Mizhnarodna naukovo-praktychna internet-konferentsiia, 24-25 bereznia 2022 r. – Dnipro : Yurservis. S. 198–203.
3. Zemko, H. V. (2021) Marketynhova skladova systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva kharchovoi promyslovosti. Intelektualna vlasnist yak skladova systemy zabezpechennia natsionalnoi bezpeky : el. zbirn. mater. III Mizhn. nauk.-prakt. konf. «Intern.-mist KYIV – DNIPRO», Kyiv: Naukovo-doslidnyi instytut intelektualnoi vlasnosti NAPrN Ukrainy. Pp. 80–83.
4. Asamoakh-Cheremekh, D., Matiukh, S. (2022) Vplyv marketynhu na vyjavlennia ta protydiu zahrozam ekonomichnii bezpetsi pidpriemstv lehkoï promyslovosti Ukrainy. Innovation and Sustainability. № 2. Pp. 49-54.
5. Hasanov, S.S., Shtanhret, A.M., Kotliarevskiy, Ya.V. ta in. (2012) Antykrizove korporatyvne upravlinnia: teoretychni ta prykladniaspekty. K. : DNU «Akad. fin. upravlinnia»..
6. Stetsenko, S., Bolila, N., Sorokina, L., Tsyfra, T., Molodid, O. (2020) Monitoring mechanism of resilience of the anti-crisis potential system of the construction enterprise in the long-term period. *Economics, finance and management review*. №3, 31-42.
7. Bielienskova, O., Stetsenko, S., Sorokina, L., Molodid, O., Bolila, N.(2020) System of preventive action of construction enterprises on the basis of identification of anticrisis potential. *Scientific Journal of Astana IT University*. №3. 15-27.
8. Stetsenko, S.P., Tytok, V.V., Emelianova, O.M., Bielienskova, O.Yu and Tsyfra T.Yu. (2020) Management of Adaptation of Organizational and Economic Mechanisms of Construction to Increasing Impact of Digital Technologies on the National Economy. *Journal of Reviews on Global Economic*. №9. pp.149-164.
9. Bielienskova, O., Novak, Y., Matsapura, O., Zapiechna, Y., Kalashnikov, D., Dubinin, D. (2022) Improving the Organization and Financing of Construction Project by Means of Digitalization. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 12(8), Pp. 108–115.
10. Izmailova, K.V., Bolila, N.V. (2018) Modeli prohnozuvannia vtraty finansovoi stiikosti yak skladova systemy ekonomichnoi bezpeky pidriadnykh budivelnnykh pidpriemstv. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn*. № 38. Pp. 225-232.

11. Bolila, N.V., Husarova, L.V. (2019) Klasyfikatsiia ta systematyzatsiia zahroz ekonomichnii bezpeksi budivelnnykh pidpriemstv. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn.* № 40, Pp.344-346.

12. Husarova, L.V., Bolila, N.V. (2020) Ekolohichniy komponent ekonomichnoi bezpeky yak chynnyk staloho rozvytku pidpriemstv budivnytstva. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia.* №2 (68). P.121-124.

13. Bolila, N.V., Tsyfra, T.Iu., Shevchenko, Yu. (2020) Efektyvne vykorystannia oborotnykh koshtiv budivelnoho pidpriemstva yak faktor ekonomichnoi bezpeky. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn.* № 44 Pp.174-182.

14. Tytok, V., Emelianova, O., Galinsky, O., Lysytsia, N., Malykhin, M. (2022) Organisational and Economic Tools for Managing Investment Programmes Involving Construction Enterprises Through Digitalisation. *Review of Economics and Financethis,* 20, pp. 1060–1066.

15. Tytok, V., Bolila, N., Ryzhakov, D., Pokolenko, V., Fedun, I. (2021) CALS – technology as a basis of creating modules for assessment of construction products quality, regulation of organizational, technological and business processes of stakeholders of construction industry under the conditions of cyclical and seasonal variations. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering.* №1. 271-276.

16. Bieliukova, O.Iu., Tytok, V.V. (2020) Formuvannia konkurentsii na rynkakh pervynnoi nerukhomosti: teoretychni peredumovy, modeli, chynnyky. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn.* № 44. Pp. 147–164.

17. Kishchenko, T.Ie. (2020) Investytsiina kryza: prychyny i shliakhy podolannia. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn.* № 46. Pp 72-78.

18. Vasyliieva, N.A., Bolila, N.V., Tsyfra, T.Iu. (2022) Prohnozuvannia rivnia sanatsiinoi sprovmozhnosti budivelnoho pidpriemstva. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn.* №49 (1). Pp. 157-163.

19. Polozhennia (standart) bukhholderskoho obliku 18 "Budivelni kontrakty" Dokument z0433-01, potochna redaktsiia Redaktsiia vid 10.01.2012

N.V. Lysytsia

Marketing strategy as a tool for ensuring the economic security of the enterprise

It has been proven that the creation of a system of economic security and its effective management is necessary to counteract and fight against various threats and dangers. The place of the marketing component in the economic security of the enterprise is defined. The importance of an effective marketing strategy for ensuring economic security and successful functioning of the enterprise is considered. Marketing is defined as a management function that seeks to increase the target market, build long-term relationships, satisfy customers, ensure desired profitability and strengthen competitive advantage.

Theoretical approaches to the implementation of anti-crisis management were studied, specific features of supporting the economic security of construction enterprises in the short-, medium- and long-term periods were determined. The main functional goals of economic security of the enterprise are highlighted. A brief description of individual stages of management of the enterprise's economic security system is provided. It is proposed to divide the process of managing the economic security of the enterprise into the following stages: setting and justifying goals for ensuring the financial security of the enterprise, identifying the problem, establishing restrictions to minimize the financial losses of the enterprise, developing a set of measures aimed at eliminating the identified problem, making the optimal decision regarding ensuring financial and economic security of the enterprise, coordination of the adopted decision with the management of the enterprise, ongoing monitoring of the implementation of the adopted strategy.

Trends in the development of construction enterprises were studied, and their features were identified: phasing of construction works; diversity of industrial relations; duration of the production cycle; stationarity of the construction object; high manufacturability of modern construction production. It has been analyzed that any construction project can be divided into three stages: construction preparation, execution of construction works and commissioning of the finished construction object. The most important reasons for the bankruptcy of construction enterprises are given, which are as follows: ineffective marketing, ineffective policy of providing the opportunity to buy apartments in installments, increased production costs due to the use of outdated technologies.

Key words: *economic security of the enterprise, marketing activity, marketing component of the economic security of the enterprise, marketing, marketing strategy, risks, threats, risk and threat management, economic diagnostics, competitiveness, bankruptcy, anti-crisis management.*

Посилання на статтю:

APA: Lysytsia, N.V. (2023). Marketing strategy as a tool for ensuring the economic security of the enterprise. *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn*, 51(1), 99-109.

ДСТУ: Лисиця Н.В. Маркетингова стратегія як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2023. № 51(1). С. 99-109.