

АНОТАЦІЯ

Бойко І. В. Маркетингове забезпечення економічної безпеки підприємств. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 21.04.02 – Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності (економічні науки). – ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», Київ, 2021.

Дисертація присвячена удосконаленню теоретико-методичних засад і наданню практичних рекомендацій щодо розробки та використання інструментарію маркетингового забезпечення економічної безпеки підприємств.

Вперше розроблено і запропоновано: використання Інтегрального показника безпечного маркетингового потенціалу інноваційного продукту (Ібмпіп), що, на відміну від існуючих показників маркетингової безпеки, ґрунтується на параметрах самої інновації та враховує вплив деструктивних чинників і дозволяє виміряти безпеку інноваційного продукту для підприємства на різних стадіях його просування. З'ясовано і поглиблено розуміння сутності понятійно-категоріальної системи базових понять теорії безпеки в умовах невизначеності. З'ясовано сутність і місце маркетингової безпеки у структурі системи економічної безпеки підприємств. Проаналізовано і удосконалено існуючі підходи до забезпечення економічної безпеки підприємств за допомогою маркетингового забезпечення. Здійснено аналіз факторів, що впливають на просування інноваційного продукту. Досліджено і оцінено особливості просування інноваційних продуктів підприємствами на території України. Розглянуто концепції інноваційних продуктів на прикладі підприємств, які виробляють товари різних категорій та визначено маркетингові параметри оцінки інноваційних продуктів для забезпечення економічної безпеки підприємств. Розроблено покрокову систему для впровадження маркетингового забезпечення при просуванні інноваційних продуктів. Розроблено показники методичного забезпечення маркетингової безпеки для зменшення впливу деструктивних чинників при просуванні інноваційного продукту. Надано практичні рекомендації щодо впровадження розроблених показників маркетингового забезпечення в систему економічної безпеки підприємств.

Ключові слова: маркетингове забезпечення, економічна безпека підприємств, маркетингова безпека, інноваційний продукт, поведінкова економіка, ринок, споживачі.

ANNOTATION

Boiko I.V. Marketing support of economic security of enterprises. – Manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of economic sciences on a specialty 21.04.02 - Economic safety of subjects of economic activity (economic sciences). - University "KROK" University of Economics and Law, Kyiv, 2021.

The dissertation is devoted to the improvement of theoretical and methodological foundations and providing practical recommendations for the development and use of marketing tools for economic security of enterprises.

For the first time developed and proposed: the use of the Integrated indicator of safe marketing potential of an innovative product (ISMPIP), which, in contrast to existing indicators of marketing security, is based on the parameters of the innovation product and considers the impact of destructive factors. The understanding of the essence of the conceptual-categorical system of basic categories of security theory in the conditions of uncertainty is clarified and deepened. The essence and place of marketing security in the structure of the system of economic security of enterprises is determined. The existing approaches to ensuring the economic security of the enterprise with the help of marketing support are analyzed and improved. The analysis of the factors influencing the promotion of the innovative product is carried out. The peculiarities of promotion of innovative products by enterprises on the territory of Ukraine are researched and evaluated; The concepts of innovative products on the example of enterprises that produce goods of different categories are considered and the marketing parameters of evaluation of innovative products to ensure the economic security of enterprises are determined. A step-by-step system for the introduction of marketing support in the promotion of innovative products has been developed. Indicators of methodical maintenance of marketing safety for reduction of influence of destructive factors at advancement of an innovative product are developed. Practical recommendations for the implementation of the developed indicators of marketing support in the system of economic security of enterprises are given.

Key words: marketing support, economic security of enterprises, marketing security, innovative product, behavioral economy, market, consumers.

АННОТАЦИЯ

Бойко И. В. Маркетинговое обеспечение экономической безопасности предприятий. - Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 21.04.02 - Экономическая безопасность субъектов хозяйственной деятельности (экономические науки). - ВУЗ "Университет экономики и права« КРОК », Киев, 2021.

Диссертация посвящена совершенствованию теоретико-методических основ и предоставлению практических рекомендаций по разработке и использованию инструментария маркетингового обеспечения экономической безопасности предприятий.

Впервые разработано и предложено: использование интегрального показателя безопасного маркетингового потенциала инновационного продукта (Ибмпип), что, в отличие от существующих показателей маркетинговой безопасности, основывается на параметрах самой инновации и учитывает влияние деструктивных факторов и позволяет измерить безопасность инновационного продукта для предприятия на различных стадиях его продвижения. Выяснено и углубленно понимание сущности понятийно-категориальной системы базовых понятий теории безопасности в условиях неопределенности. Выяснено сущность и место маркетинговой безопасности в структуре системы экономической безопасности предприятий. Проанализированы и усовершенствованы существующие подходы к обеспечению экономической безопасности предприятий с помощью маркетингового обеспечения. Осуществлен анализ факторов, влияющих на продвижение инновационного продукта. Исследовано и оценено особенности продвижения инновационных продуктов предприятиями на территории Украины. Рассмотрены концепции инновационных продуктов на примере предприятий, производящих товары различных категорий и определены маркетинговые параметры оценки инновационных продуктов для обеспечения экономической безопасности предприятий. Разработана пошаговая система для внедрения маркетингового обеспечения при продвижении инновационных продуктов. Разработаны показатели методического обеспечения маркетинговой безопасности для уменьшения влияния деструктивных факторов при продвижении инновационного продукта. Даны практические рекомендации по внедрению разработанных показателей маркетингового обеспечения в систему экономической безопасности предприятий.

Ключевые слова: маркетинговое обеспечение, экономическая безопасность предприятий, маркетинговая безопасность, инновационный продукт, поведенческая экономика, рынок, потребители.