

Сахацький М. П.

*д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу
Одеської державної академії будівництва та архітектури
м. Одеса, Україна*

МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ

Анотація. В статті розкривається зміст вихідних положень щодо використання маркетингу при здійсненні стратегічного управління економікою.

Ключові слова: маркетинг, стратегічне управління, економіка, державне управління, регуляторна політика.

Вступ. Невідповідність сучасного добробуту абсолютної більшості населення країни існуючим світовим стандартам життєдіяльності людини третього тисячоліття актуалізує пошук шляхів усунення цієї соціально-економічної проблеми Української нації. Про нагальність розв'язання цієї проблеми в суспільстві засвідчують кризові явища, що проявляються через економічні, соціальні, демографічні, інституційні, екологічні та політико-правові негаразди. Їх гострі форми постають у вигляді сепаратизму, зрадництва, тероризму, злочинності. Звідси витікає своєчасність наукового обґрунтування шляхів подолання руйнівних процесів в національній економіці та формування соціально-економічного фундаменту для її піднесення на основі сучасних ринкових інструментів.

Постановка завдання. Метою проведеного дослідження є обґрунтування доцільності використання маркетингу в якості інструменту стратегічного управління розвитком економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. З функціональної точки зору, маркетинг являє собою вид людської діяльності, що передбачає виявлення, формування та задоволення потреб споживачів через ринковий

обмін для досягнення поставлених цілей. В якості інтегратора маркетинг поєднує в один цілісний контур процеси розширеного відтворення, безперервно і циклічно повторюючи виявлення та формування потреб, виробництво продукції (здійснення послуги) для їх задоволення, а також ціноутворення, розподіл товару, продаж, сервісне обслуговування, споживання [1, с. 8]. Реалізація такого підходу гарантує продаж виробленої продукції, отримання доходу й прибутку суб'єктами господарювання.

Ефективне функціонування первинної ланки господарського комплексу – підприємств та організацій, формує економічну базу для вирішення існуючих проблем суспільства. Причини, що породжують зазначені проблеми, системно подаються В.К. Симоненком в економічних есе під назвою «П'ятирічка крутого піке». В ній науково обґрунтовується необхідність системного підходу щодо подолання руйнівних процесів в державі та формування для її наступного піднесення соціально-економічного фундаменту [1].

Так, вже у вступному слові до читачів, автором чітко підкреслюється власна життєва позиція та громадська спрямованість економічних есе: «Для тих, хто любить Україну в собі, а не себе в Україні». Ознайомлення зі змістом монографії дає підстави для формування критеріїв оцінки ефективності державного управління, об'єктивного оцінювання результативності реформування економіки, інформування щодо реального стану соціально-економічних процесів та їх тенденцій, обґрунтування невідкладних заходів з формування та розвитку системи державного управління для достойного облаштування життя кожного громадянина України.

В книзі правомірно звертається увага на парадоксальність економічного розвитку України. Адже на час проголошення незалежності наша країна набула рівня економічно високорозвиненої держави, що за обсягами промислового виробництва знаходилася на рівні Франції. При цьому дві третини території України складають чорноземи – найродючіші

грунти в світі. Мінерально-сировинна база країни нараховує понад 20 тисяч розвіданих родовищ корисних копалин за 97 видами сировини промислового значення; від загальносвітових запасів частка залізної руди складає понад 14%, марганцю – 43 %. Україна займає провідні позиції в світі за запасами вугілля, титану, цирконію, урану, літію й низки інших корисних копалин. До цього додається надзвичайно вигідне геостратегічне положення території для транзитивного переміщення товарів й сприятливе природно-кліматичне середовище для ведення виробничо-господарської діяльності. Найголовніший сучасний ресурс – людський капітал – в Україні вирізняється професіоналізмом, високим науково-освітнім та інтелектуально-культурним рівнем, креативністю, духовністю та працелюбством. Парадокс полягає в тому, що за наявності таких багатств, на сьогодні Україна виступає в якості фінансового утриманця, якого від економічного колапсу спасає перманентне іноземне кредитування та пожертви.

Узагальнюючий висновок В.К. Симоненка щодо необхідності створення та забезпечення ефективного функціонування системи державного управління як умови успішного реформування економіки та виведення її на рівень новітніх світових стандартів, має суспільно значимий характер, є науково ґрунтовним та таким, що базується на системному й глибокому аналізі соціально-економічного розвитку України. Першочергова задача при цьому полягає в розробці програми модернізації країни, що базується на інноваційних засадах. Адже, якщо інновації – це технологічний ривок, що здатний прискорити динаміку соціально-економічного розвитку, то модернізація – це створення фундаментальних, інституціональних, науково-технічних, соціальних, культурних, політичних, інфраструктурних основ для якісного зростання та стабільного розвитку [2, с. 100].

В умовах ринкової економіки реалізація такої програми в прикладному плані має підпорядковуватися маркетинговим принципам, де визначальним є: спрямованість на кінцевий результат; пріоритетність довгострокових інтересів; орієнтованість на споживача; комплексність при досягненні цілей.

При цьому маркетингова філософії стратегічного управління змінює економічні та соціальні орієнтири як органів державного управління, так і приватного бізнесу. Будучи інструментом досягнення цілей, маркетинг в суспільно-політичній сфері формує відповідний спосіб життєдіяльності людини та територіальної громади, включає механізми служіння інтересам населення структури державного управління та місцевого самоуправління.

Висновки. В загальному цивілізаційному русі все гостріше себе проявляють інтереси різних соціальних груп населення, територіальних громад, народів та націй. Окремим чинником впливу постає динамічна зміна оточуючого природного середовища. Проте всі вони є своєрідними споживачами, які пред'являють свої специфічні вимоги до стратегічного управління економікою. Тому маркетингові підходи можуть бути використані для задоволення існуючих потреб різнопланових споживачів мікро- та макрорівнів й слугувати ефективним інструментом гармонізації відносин між людиною, громадою, суспільством та природним довкіллям в інтересах цивілізаційного прогресу.

Список літератури:

1.Сахацький М.П., Запша Г.М., Крутій Ю.С., Шинкарук Л.В. Маркетинг: Навч. посібн. Одеська державна академія будівництва та архітектури. Одеса: Пальміра, 2008. – 170 с.

2. Симоненко В.К. «П'ятирічка крутого піке. Економічні есе». – К.: Довіра. 2016. – 327 с.