

МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Райко Д. В., Ланько О.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Маркетинг відіграє ключову роль у декількох областях стратегічного управління. По-перше, він визначає концепцію, що орієнтує стратегію підприємства на вирішення потреб найважливіших споживачів. По-друге, маркетинг надає вихідні дані для виявлення привабливих можливостей ринку й оцінки потенціалу підприємства. Нарешті, у межах кожної окремої стратегічної галузі діяльності підприємства маркетинг допомагає розробляти стратегії виконання задач. Таким чином, маркетинг є основою стратегічного управління, що вимагає системного підходу.

На підставі рисунку 1 можна запропонувати схему маркетингу в системі стратегічного управління маркетинговою діяльністю, що демонструє роль маркетингу в стратегічному управлінні, яка проявляється на всіх рівнях ієрархії управління підприємством – загальному (корпоративному), діловому, функціональному, операційному та доводить первинність маркетингу.



Рис. 1 – Маркетинг у системі стратегічного управління

Тому, розгляд маркетингу як філософії управління може бути правомірним, якщо не вимагає підміни маркетингом стратегії, або навпаки, оскільки кожне з понять має специфіку у використанні та призначені в діяльності підприємства.