

МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ У СКЛАДІ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

д.е.н, доц. Божкова В. В.

Успішність розвитку промислових підприємств залежить, в першу чергу, від механізму, який закладений в основу їх функціонування. В період глобальних структурних змін проблематика відповідності механізмів функціонування різних суб'єктів умовам господарювання стає особливо актуальною і на локальному і на глобальному рівнях. Учені одностайно констатують [1; 2], що старі підходи до формування механізмів вже не дієві і потребують вдосконалення або кардинальної зміни.

Вчені акцентують увагу на тому, що господарський механізм слід розглядати не відособлено, а як складовий елемент системи. Українські учені відзначають, що при вивченні господарського механізму першочергове значення має з'ясування його місця в економічній системі в цілому і співвідношення з такими найбільш важливими елементами цієї системи, як продуктивні сили, виробничо-економічні, а також техніко-економічні і організаційно-виробничі стосунки [1]. Російські вчені поділяють цю точку зору: "Господарський механізм повинен розроблятися передусім як підсистема економічної структури суспільства у рамках соціально-економічної науки. Він давно став об'єктом політичної економії" [2].

Більшість учених визначають господарський механізм як сукупність певних структур, деякі – сконцентровують увагу на його окремих характеристиках (Шишкін А.Ф. – на особливостях господарювання, Абалкін Л.І. – на урахуванні національних особливостей [2]). Взагалі, під господарським механізмом розуміють сукупність системи органів управління, системи форм і методів організації і функціонування виробництва і системи організаційно-економічних зв'язків, що регламентуються діючими правовими, економічними, ринковими, соціальними, технологічними та іншими нормами. Отже, господарський механізм є комплексним і більшість учених у його складі виокремлюють наступні основні складові:

- економічний (в т.ч. фінансовий) механізм,
- організаційний (в т.ч. адміністративний) механізм,
- мотиваційний механізм,
- правовий (в т.ч. політичний) механізм,
- соціальний механізм.

Але, в епоху тотального споживання, коли маркетинг визнаний філософією та методологією ведення бізнесу, напевно, у складі господарського механізму має бути маркетингова складова. При докладному аналізі виокремлюваних науковцями складових господарського механізму можна виділити елементи, які притаманні діяльності, що спрямована на задоволення попиту. Це, на наш погляд, наступні:

- 1) у складі економічного механізму:
 - механізм конкуренції,
 - механізм ринкового ціноутворення (який включає витратний, ринковий та параметричний підходи),
- 2) у складі організаційного механізму:
 - механізм маркетингових досліджень,
 - механізм добору, обробки, зберігання і захисту інформації,
- 3) у складі правового механізму:
 - механізм права власності на продукти інтелектуальної праці,
 - механізм захисту прав споживачів,
- 4) у складі мотиваційного механізму:
 - механізм стимулювання попиту (у складі мотиваційного механізму),
- 5) у складі соціального механізму:
 - механізм задоволення інтересів виробників, споживачів і суспільства, в цілому.

Отже, в складі господарського механізму є елементи, характерні для маркетингової діяльності, які науковці не виокремлюють. На наш погляд, зміни умов господарювання мають знаходити відображення у складі й структурі господарського механізму.

Результати цього дослідження можуть бути використані при уточненні взаємозв'язків елементів господарського механізму, удосконаленні його інструментарію і методології в нових умовах.

1. Мочерный С. В. Экономическая теория. Учебник / С. В. Мочерный, В. Н. Некрасов, В. Н. Овчинников, В. В. Секретарюк – М., 2000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к материалу : http://srinest.com/book_834_chapter_39_%C2%A7_26_Sushhnost_i_struktura_khozjajstvennogo_mekhanizma.html
2. Агеев В. М. Система экономических отношений в России / В. М. Агеев, В. Н. Щербаков. – М., 1998. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к материалу : <http://bugabooks.com/book/225-sistema-ekonomicheskix-otnoshenij-v-rossii/2-annotaciya.html>
3. Круглова Н. Ю. Хозяйственное право : учебн. пособ. / Н. Ю. Круглова – М. : Издательство РДЛ, 2001. – 912 с.