

**Науковий реферат статті Пилипенка А. А. та Березовського К. М.
"Вибір конкурентоспроможної форми маркетингового
управління як складової організації стратегічного менеджменту
підприємств та інтегрованих структур бізнесу"**

Статтю присвячено теоретичному обґрунтуванню й розробці організаційно-структурного забезпечення маркетингового управління промисловим підприємством, яке функціонує в умовах глобалізації. Визначено зміст поняття та складові форми маркетингового управління. До характеристик форм маркетингового управління в статті віднесено: особливості роботи (відбору, використання та утворення конфігурації) з практиками життєвого циклу; обраний підхід до розкриття й реалізації функцій маркетингового менеджменту; варіант делегування повноважень бізнес-одинаціям та оптимізації розподілу стратегічних ресурсів за сегментами цільового ринку; відібрані принципи та мікроінститути (систему ролей та організаційних рутин) маркетингового управління; формалізацію взаємозв'язку організаційно-правової форми підприємства зі структурою системи маркетингового управління; сформований перелік важелів та інструментів реалізації керівних впливів; параметри та особливості роботи зі складовими потоку подій.

Доведено, що саме форма маркетингового управління розкриває напрями забезпечення цілеспрямованих впливів на архітектурне подання підприємства. За такого підходу форма маркетингового управління визначає, як саме здійснюється такий керівний вплив з боку системи маркетингового управління. Для розкриття логіки таких керівних впливів: проведено типологізацію форм маркетингового управління, вибір яких узгоджено з комплексом стратегій маркетинг-міксу підприємства та відбором практик життєвого циклу; обґрунтовано особливості застосування практик життєвого циклу підприємства за окремими формами маркетингового управління; визначено відмінності в реалізації функції маркетингового управління за різними його формами.

Вибір форми маркетингового управління підпорядковано фактору залучення підприємства до інтеграційної взаємодії. Даний фактор співвідноситься з якісним рівнем системи маркетингового управління підприємством та ступенем переорієнтації практик життєвого циклу на маркетингову парадигму. Доведено, що обрана підприємством форма маркетингового управління не є усталеною характеристикою та може

змінюватися відповідно до зміни споживчих уподобань чи параметрів бізнес-процесу надання цінності. З оглядом на це визначено особливості реалізації та розроблено рекомендовані варіанти стратегічних дій зі зміни форми маркетингового управління.

Література: 1. Chandler A. D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / A. D. Chandler. – Cambridge, MA : MIT Press, 1969. – 464 p. 2. The Strategy Process: Concepts, Context, Cases / H. Mintzberg, J. Lampel, J. Quinn et al. – 4th edition. – Boston : Prentice Hall, 2002. – 489 p. 3. Hollensen S. Marketing Management: A Relationship Approach / S. Hollensen. – London : Financial Times Prentice Hall, 2010. – 698 p. 4. Hooley G. J. Marketing strategy and competitive positioning / G. J. Hooley, N. F. Piercy, B. Nicolaud. – Edinburgh : Prentice Hall International, 2008. – 634 p. 5. Espejo R. Organizational Systems Managing Complexity with the Viable System Model / Raul Espejo, Alfonso Reyes. – New York : Springer, 2011. – 278 p. 6. Hamel G. Competing for the future / G. Hamel, C. K. Prahalad. – N. Y. : Harvard Business School Press, 1994. – 352 p. 7. Scheiber S. C. Core Competencies for Psychiatric Practice / S. C. Scheiber. – Washington : American Psychiatric Publishing, 2003. – 181 p. 8. Пилипенко А. А. Концептуальні засади організації маркетингового управління промисловим підприємством / А. А. Пилипенко, К. М. Березовський // Економіка розвитку. – 2013. – № 2. – С. 71–78. 9. Пилипенко А. А. Оцінювання маркетингового потенціалу та забезпечення цільової орієнтації підприємства через визначення його стратегічної відповідності / А. А. Пилипенко, К. М. Березовський // Економіка розвитку. – 2013. – № 4. – С. 109–117. 10. ISO/IEC 15288:2008 "Systems and software engineering – System life cycle processes" [Electronic resource]. – Access mode : http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=43564. 11. ISO 42010 "Systems and software engineering – Architecture description" [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.iso-architecture.org/ieee-1471/>. 12. Davenport T. H. What's the Big Idea? Creating and Capitalizing on the Best New Management Thinking / T. H. Davenport, L. Prusak, H. J. Wilson. – Harvard : Harvard Business School Press, 2003. – 256 p.

Інформація про авторів

Пилипенко Андрій Анатолійович – докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9-А, e-mail: aapil@ukr.net).

Березовський Кирило Михайлович – заступник директора з економіки ТОВ "Співдружність Буд" (69068, Україна, м. Запоріжжя, пр. Моторобудівників, 42а, e-mail: kirillb68@gmail.com).