

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Механізм стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств є багаторівневою цільовою системою, яка охоплює: систему вхідних елементів, систему процесу стратегічного планування і систему вихідних елементів (рис. 1).

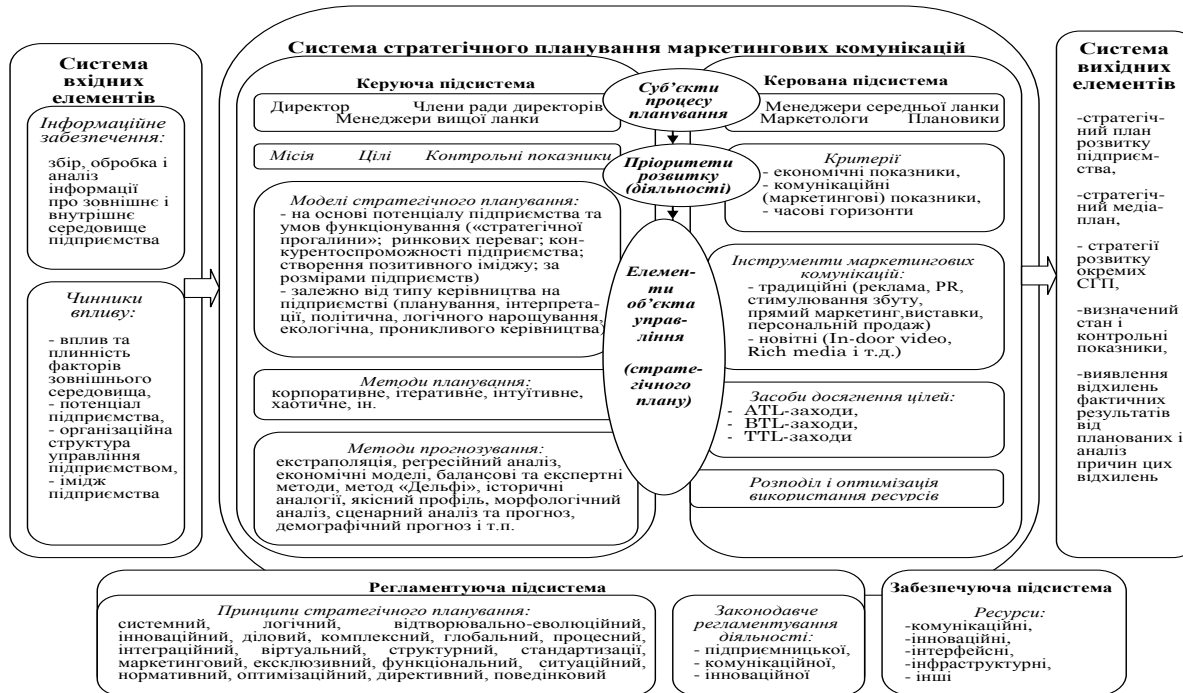


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств

Вхідними елементами є інформація про зовнішнє (можливості і загрози) та внутрішнє (сильні й слабкі сторони) середовище підприємства.

Система процесу стратегічного планування має керуючу, керовану, забезпечуючу і регламентуючу підсистеми, які взаємопов'язані і вирішують завдання формування та реалізації стратегічного плану підприємства, що деталізується в планах стратегічних господарських підрозділів (СГП) та інших.

Керуюча підсистема спрямована на вирішення важливих для підприємства завдань стосовно визначення стратегічних пріоритетів його розвитку, місії, цілей, які формалізуються у досягненні певних контрольних показників, а також, визначенні моделі стратегічного планування, виборі методів прогнозування та планування.

Керована підсистема, орієнтуючись на критерії діяльності (економічні та комунікаційні показники, часові горизонти) визначає необхідні інструменти маркетингових комунікацій, засоби досягнення цілей та ресурси (їх розподіл і оптимізацію).

Діяльність зі стратегічного планування здійснюється в правовому полі (регламентуюча підсистема: законодавче регулювання) з використанням внутрішніх та зовнішніх (в разі потреби, наприклад, послуги консалтингових агенцій) ресурсів (забезпечуюча підсистема).

Вхідними елементами в цій системі є стратегічний план розвитку підприємства, деталізований у стратегічному медіа-плані, стратегіях розвитку окремих СГП тощо, реалізація якого дозволяє досягти запланованого певного стану і контрольних показників або виявити відхилення фактичних результатів від планованих і проаналізувати причини цих відхилень.

В цілому даний організаційно-економічний механізм демонструє сукупність організаційних, економічних і комунікаційних інструментів, за допомогою яких здійснюється регулювання процесів і відносин, які виникають в рамках стратегічного планування промислових підприємств. Він може бути використаний при вдосконаленні процесів стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції на підприємствах.