

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЧЕРЕЗ ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ ДЕЙСТВИЯМИ

Функция стратегического маркетингового управления рассматривает изменение уровней управляемости (УУ) за интервалы времени: квартал, полугодие, год. Оперативное управление маркетинговыми действиями чаще всего использует интервалы времени: неделя, две недели, месяц. Рассматривая УУМД за конкретные интервалы времени t_0 и t_1 , можно определить инерционность (запаздывание) процессов управления, т.е. срыв стратегических программ развития организации. Одним из показателей, характеризующих величину срыва процессов управления, является потеря уровня управляемости маркетинговыми действиями из-за инерционности.

$$\Delta \text{УУМД}(t_1) = \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{П}}(t_1) - \text{УУ}_{\text{МД}}(t_0); \quad (1)$$

$$\text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{П}}(t_1) - \text{УУ}_{\text{МД}}(t_0) = \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Ф}}(t_1) + \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Н}}(t_1); \quad (2)$$

$$\text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Н}}(t_1) = \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{П}}(t_1) - \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Ф}}(t_1); \quad (3) \quad \text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Н}}$$

$$(t_1) = \Delta \text{УУ}_{\text{МД}}(t_1) - \gamma (\Delta t + t^{\text{Н}}); \quad (4)$$

$\text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Н}}(t_1)$ – потеря уровня управляемости маркетинговыми действиями из-за инерционности процессов управления на момент времени t_1 ;

$\Delta \text{УУ}_{\text{МД}}(t_1)$ – приращение уровня управляемости маркетинговых действий,

прогнозируемое за расчетный интервал времени $(t_1 - t_0) = \Delta t$ (месяц);

$\text{УУ}_{\text{МД}}(t_0)$ – уровень управляемости маркетинговыми действиями в момент времени t_0 ;

$\text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{П}}(t_1)$ – уровень управляемости маркетинговыми действиями, запланированный (прогнозируемый) на момент времени t_1 ;

$\text{УУ}_{\text{МД}}^{\text{Ф}}(t_1)$ – уровень управляемости маркетинговыми действиями,

фактически достигнутый на момент времени t_1 ;

γ – вектор градиент функции траектории развития уровней управляемости маркетинговыми действиями в исследуемом интервале времени $\Delta t = (t_1 - t_0)$;

$t^{\text{Н}}$ – интервал времени запаздывания процессов управления маркетинговыми действиями, прогнозируемыми к реализации в расчетном интервале времени.

Величина инерционности процессов управления маркетинговыми действиями должна измеряться в каждом предшествующем прогнозу интервале времени, для каждой коммерческой сети (дилерской, дистрибьюторской или другой) организации. Задача ведущих менеджеров коммерческой сети – добиваться сокращения, приводя его к нулю или минимально допустимому значению.

Используя показатели инерционности УУМД, можно определять величины усилий, требуемых для стабилизации процессов управления, и прогнозировать скорость развития уровней управляемости маркетинговыми действиями организации, что приведет к эффективному управлению маркетинговыми действиями во всех фазах развития УУ организации и особенно в условиях антикризисного управления организацией.