

دور التخطيط التسويقي الاستراتيجي في إدارة الأزمات وآليات تفعيله - دراسة حالة المؤسسة العامة للصناعات النسيجية -

د. مؤيد حاج صالح

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى تقديم رؤية شاملة ومعقدة حول تطوير واقع عمل المؤسسة العامة للصناعات النسيجية وذلك من خلال دور التخطيط التسويقي الاستراتيجي والعوامل الدافعة له كاللشاركية مع القطاع الخاص السوري والمستثمر الأجنبي وكذلك الدخول ضمن إدارة سلسلة توريد محلية ودولية لتؤمن للمؤسسة مستلزماتها المادية والمعلوماتية بالإضافة إلى تصريف منتجاتها في الأسواق الدولية.

اتباع الباحث منهج دراسة الحالة الذي يعتمد بشكل رئيسي على الاستقراء والاستنتاج من خلال محاكاة عدة تجارب لدول وشركات دولية استطاعت أن تتغلب على مشكلاتها الإنتاجية والتسويقية عبر هذه النواحي المقترحة. خلص البحث إلى أنه في حال تطبيق التخطيط التسويقي الاستراتيجي مع إعادة هيكلة شركات المؤسسة ضمن مجموعات صناعية متكاملة الإنتاج فإن المؤسسة ستحقق عدة أضعاف إيراداتها مقارنة مع أعلى إيراد لأي من السنوات السابقة، وقد أوصى الباحث بضرورة إيجاد بيئة تشريعية قانونية تستوعب الرؤية المقترحة ، بأن تكون الشراكة من خلال تقاسم النتائج وليس ملكية القطاع العام مع اعتماد هيكلية إدارية تنظيمية مسطحة في المؤسسة لتسهيل تطبيق الرؤية المطروحة.

The Role of Strategic Marketing Planning in Crisis Management and its Activating Methods

- Case Study on the General Organization for Textile Industries G.O.T.I. -**

Dr. Muayed Haj Saleh

Abstract

The aim of this research is to introduce a vision about developing the work situation of the General Organization for Textile Industries through the role of strategic marketing planning and its factors such as the partnerships with the private sector and the foreign investor, in addition to the involvement in the local and international supply chain management, so the organization can get its physical and information technology needs, and to sell its products in the international markets.

The researcher follows the case study through inductive and deductive research methodologies by comparing with many experiences in many countries and companies that solved its problems through the suggested aspects.

The research concluded to that in case of applying the strategic marketing planning, in addition to restructuring the organization's companies in many integrated production industrial complexes, the organization will expand its revenues comparing with the best ones in the previous years. The researcher recommended the need of finding legal legislative environment that can accommodate this proposed vision that the organization can share the profits with its partners not with the public sector. In addition to adopting line organizational administrative structure to facilitate applying the proposed vision.