

УДК 330.341.1:658.589

Грищенко Е.Ф.

Сумский государственный университет

**Использование проблемного подхода для принятия маркетинговых
инновационных решений**

Динамическое развитие современного общества предопределяет необходимость постоянного приспособления предприятий к переменным условиям среды и требует от них осуществления хозяйственной деятельности на инновационных принципах. В основном причины, побуждающие предприятия осуществлять инновационную деятельность, носят маркетинговый характер. Все это обращает внимание на то, что в современных условиях большинство хозяйственных ситуаций нуждаются в принятии маркетинговых инновационных решений (МИР).

Под понятием «маркетинговое инновационное решение» предлагаем понимать результат умственно-психологической и творческой деятельности, который приводит к выбору нового варианта действий для решения проблемной ситуации и обеспечивает эффективность функционирования предприятия на принципах инновационного маркетинга.

В свою очередь разработка и реализация МИР на предприятии предусматривает использование проблемно-ориентированного подхода, то есть диагностирование проблемной ситуации является толчком к осуществлению процесса разработки, принятия и реализации МИР, а определение сущности проблемы – базой принятия успешного решения. Учитывая все вышеупомянутое заметим о существовании объективной необходимости для разработки теоретико-методического подхода для диагностирования и исследования сущности хозяйственных проблем и принятия на этой основе обоснованных МИР.

Проблема является неотъемлемой составляющей функционирования предприятия. Появляясь в любой сфере деятельности (организационно управленческой, производственной, маркетинговой, финансовой, технико-технологической и т.п.), она влечет за собой дисбаланс и нарушает принятый порядок ведения хозяйственной деятельности.

Понятие «проблема» можно рассматривать с позиции разных наук. Для толкования данного понятия с точки зрения экономики, по нашему мнению, в большей мере отвечает подход Романчикова В.И. [2, с. 153]: «проблема – противоречие в познании, которое характеризуется несоответствием между новыми фактами, данными и старыми способами их объяснения. Она сначала возникает в форме проблемной ситуации и только потом ясно осознается и формулируется в виде проблемы». Проблемная ситуация – удерживающее противоречие, не имеет однозначного решения соотношения обстоятельств и условий, в которых разворачивается деятельность [2, с. 154].

В [1] отмечается, что в соответствии с принципами системного подхода для решения проблем с научных позиций необходимо построить модель проблемной ситуации. По нашему мнению, модель проблемной ситуации целесообразно строить с точки зрения организации процесса ее анализа и исследования.

Чаще всего факт наличия проблемы осознается путем выявления разногласий между желаемым (прогнозируемым) и текущим (реальным) состоянием субъекта ведения хозяйства. Проявления проблемной ситуации можно диагностировать с помощью анализа расходов предприятия, показателей прибыльности, рентабельности результатов хозяйственной деятельности на предмет отклонения фактических значений от запланированных (или приемлемых в данных условиях ведения хозяйства). Диагностирование проблемы может осуществляться и в рамках текущего анализа среды (внутренней и внешней) ведения хозяйства, а также с

помощью специально организованных исследований. На сегодняшний день с этой целью используется большое количество методик, но, по нашему мнению, основными для использования в процессе РПРМИР являются SWOT-анализ, SPACE-анализ, GAP-анализ, PEST-анализ, SNW-анализ, матрица Бостонской консультативной группы, матрица И. Ансофа, матрица Мак Кинси – Дженерал Электрик, матрица АДЛ.

Но, как показывает опыт отечественных промышленных предприятий, не взирая на наличие большого количества методик и приемов диагностирования, большинство хозяйственных проблем игнорируются совсем, поскольку воспринимаются как неминуемые недостатки хозяйственной деятельности или разрешаются несвоевременно, в результате чего активные мероприятия начинают применяться лишь тогда, когда проблема приобретает характеристики кризиса. Другими словами, большинство отечественных предприятий не осуществляют анализ и интерпретацию проблемных ситуаций и, тем самым, направляют усилие и ресурсы на борьбу с симптомами, а не причинами проблемы. Все это требует изменения подхода к управлению предприятием.

Учитывая все вышеупомянутое, последующие исследования будут направляться на усовершенствование теоретико-методического подхода к организации процесса разработки, принятия и реализации МИР на предприятии.

Библиографический список

1. Воробьев С.Н. Управленческие решения [Текст]: Учебник для вузов / С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин, К.В. Балдин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 317 с
2. Романчиков В.І. Основи наукових досліджень [Текст]: Навчальний посібник / В.І. Романчиков. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 254 с.