

О. Ф. Грищенко, -
аспірантка кафедри маркетингу та УІД, -
Сумський державний університет -

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПРОБЛЕМИ: МІСЦЕ ТА РОЛЬ В ПРОЦЕСІ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

THE INVESTIGATION OF PROBLEM'S ESSENCE: A PLACE AND ROLE IN THE COURSE OF THE MARKETING INNOVATIVE DECISIONS' DEVELOPMENT AND ADOPTION

Анотація. У статті розглядається теоретико-методичні підходи до визначення сутності проблеми з точки зору її визначальної ролі в процесі розроблення, прийняття та реалізації маркетингових інноваційних рішень. Розглянуто найбільш використовувані методи аналізу проблемних ситуацій, виявлено їх переваги та недоліки. Представлено авторський підхід до організації процесу аналізу та дослідження проблемної ситуації, яка виникає в процесі господарювання. -

Ключові слова: проблемна ситуація, симптом, проблема, маркетингове інноваційне рішення. -

Summary. The article deals with theoretical and methodological approaches to determining the nature of the problem in terms of its crucial role in the development, adoption and implementation of marketing innovative decisions. The most used methods of problem situations' analysis are considered, their advantages and disadvantages are analyzed. The author's approach to the analysis of the problem situation that arises in the process of management is presented. -

Key words: problem situation, symptom, problem, marketing innovative decision. -

Актуальність і постановка проблеми дослідження. Динамічний розвиток сучасного суспільства зумовлює необхідність постійного пристосовування підприємств до змінних умов господарювання та вимагає від них здійснення господарської діяльності на інноваційних засадах. Здебільшого причини, що спонукають підприємства здійснювати інноваційну діяльність, носять маркетинговий характер. Все це звертає увагу на те, що в сучасних умовах більшість господарських ситуацій потребує прийняття маркетингових інноваційних рішень (МІР). У свою чергу розроблення та реалізація МІР на підприємстві передбачає використання проблемно-орієнтованого підходу, тобто діагностування проблемної ситуації є поштовхом до здійснення процесу розроблення, прийняття та реалізації МІР, а встановлення сутності проблеми – базою прийняття успішного рішення. Враховуючи все вищезазначене зауважимо про існування об'єктивної необхідності розроблення теоретико-методичного підґрунтя для діагностування і дослідження сутності господарських проблем та прийняття на цій основі обґрунтованих маркетингових інноваційних рішень.

Метою даної статті є дослідження теоретико-прикладних аспектів аналізу та інтерпретації проблеми для забезпечення прийняття обґрунтованих маркетингових інноваційних рішень. Методи дослідження: абстрактно-логічний аналіз та узагальнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі питанням виявлення і дослідження проблем господарювання присвячено багато наукових робіт. Зокрема можна виділити роботи таких авторів, як Ділон Барето Л. [12], Самсонова М.В. [9], Савчук Т.О. [8], Воробьев С.Н. [3]. Однак, слід зазначити, що на сьогоднішній день з науково-практичної точки зору, недостатньо дослідженими залишаються питання організації і забезпечення процесу аналізу та дослідження проблемних ситуацій на підприємстві і прийняття на цій основі обґрунтованих маркетингових інноваційних рішень.

Виклад основного матеріалу. Проблема є невід'ємною складовою функціонування підприємства. З'являючись у будь-якій сфері діяльності (організаційно-управлінській, виробничій, маркетинговій, фінансовій, техніко-технологічній тощо), вона спричиняє дисбаланс та порушує прийнятий порядок ведення господарської діяльності.

Поняття «проблема» можна розглядати з точок зору різних наук. Для тлумачення даного поняття з точки зору економіки, на нашу думку, в більшій мірі відповідає підхід Романчикова В.І. [7, с. 153]: проблема – протиріччя в пізнанні, що характеризується невідповідністю між новими фактами, даними і старими способами їхнього пояснення. Вона спочатку виникає у формі проблемної ситуації і тільки потім ясно усвідомлюється і формулюється у вигляді проблеми. Проблемна ситуація – утримує протиріччя, не має однозначного рішення співвідношення обставин і умов, у яких розвертається діяльність [7, с. 154].

Найчастіше факт наявності проблеми як такої усвідомлюється через виявлення розбіжностей між бажаним (прогнозованим) та поточним (реальним) станом суб'єкта господарювання. Прояви проблемної ситуації можна діагностувати за допомогою аналізу витрат підприємства, показників прибутковості,

рентабельності результатів господарської діяльності на предмет відхилення фактичних значень від запланованих (або прийнятих в даних умовах господарювання).

Як показує досвід вітчизняних промислових підприємств, більшість господарських проблем ігноруються зовсім, оскільки сприймаються як неминучі недоліки господарської діяльності або розв'язуються несвоєчасно, в результаті чого активні заходи починають застосовуватися лише тоді, коли проблема набуває характеристик кризи. Іншими словами, більшість вітчизняних підприємств не здійснює аналізу та інтерпретації проблемних ситуацій і, тим самим, направляє зусилля та ресурси на боротьбу з симптомами, а не причинами проблеми.

Діагностування проблеми може здійснюватися і в рамках поточного аналізу середовища (внутрішнього та зовнішнього) господарювання, а також за допомогою спеціально організованих досліджень. На сьогоднішній день з цією метою використовується велика кількість методик, але, на нашу думку, основними для використання в процесі РПМІР є такі: SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, GAP-аналіз, PEST-аналіз, SNW-аналіз, матриця Бостонської консультативної групи, матриця І. Ансофа, матриця Мак Кінсі – Джеренал Електрик, матриця АДЛ.

З погляду на те, що сучасне суспільство характеризується швидкістю зміни смаків та вподобань, в останні десятиліття питання відстеження тенденцій розвитку ринку та прогнозування нових напрямів діяльності стало невід'ємною складовою процесу господарювання. За таких умов підприємство повинне реагувати навіть на незначні зміни споживацьких запитів, що в майбутньому може стати його конкурентною перевагою. Так, Ілляшенко Н.С. та Росохата А.С. [4, с. 29] зауважують, що практично всі лідери на ринку своїм успіхом завдячують відповідності останнім трендам і тенденціям у своїй галузі. Здебільшого саме вони їх і формують. Одним з інструментів, який допомагає їм у цьому, є трендвотчинг. Трендвотчинг [1; 4; 10] означає діяльність зі спостереження за новими тенденціями, яка має на меті оцінку впливу оточуючих факторів (стилю, моди, попиту, пропозиції і т.п.) на бізнес діяльність з урахуванням часових змін. У свою чергу зауважимо, що використання трендвотчингу на підприємстві є одним із засобів діагностування проблеми, інструментом визначення стратегічних напрямків розвитку та основою для розроблення маркетингових інноваційних рішень.

У [3] зазначається, що у відповідності до принципів системного підходу для вирішення проблем з наукових позицій необхідно побудувати модель проблемної ситуації. В якості моделі проблемної ситуації Воробійов С.М., Уткін В.Б та Балдін К.В. представляють «сукупність взаємопов'язаних вербальних і формальних задач обґрунтування рішень, послідовне вирішення яких призведе до бажаної мети – вибору найкращої альтернативи» [3, с. 51]. Отже, вищезазначені науковці стверджують, що графічна модель проблемної ситуації (рис. 1), яка представляє основні зв'язки між задачами, має такий вигляд:

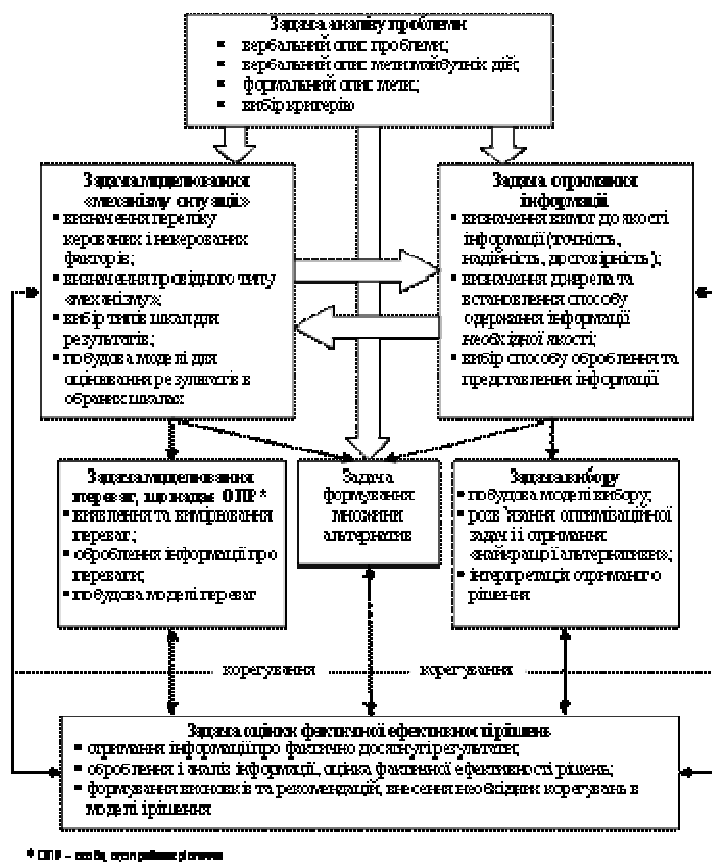


Рисунок 1. Графічна модель проблемної ситуації [3, с. 55]

На нашу думку, у рамках даного дослідження ситуацію доцільно розглянути проблемну ситуацію з точки зору організації процесу її аналізу та дослідження. Так, на рисунку 2 представлено авторське бачення

структуризації процесу аналізу та дослідження проблемної ситуації, в результаті якого формується остаточне бачення сутності проблеми.

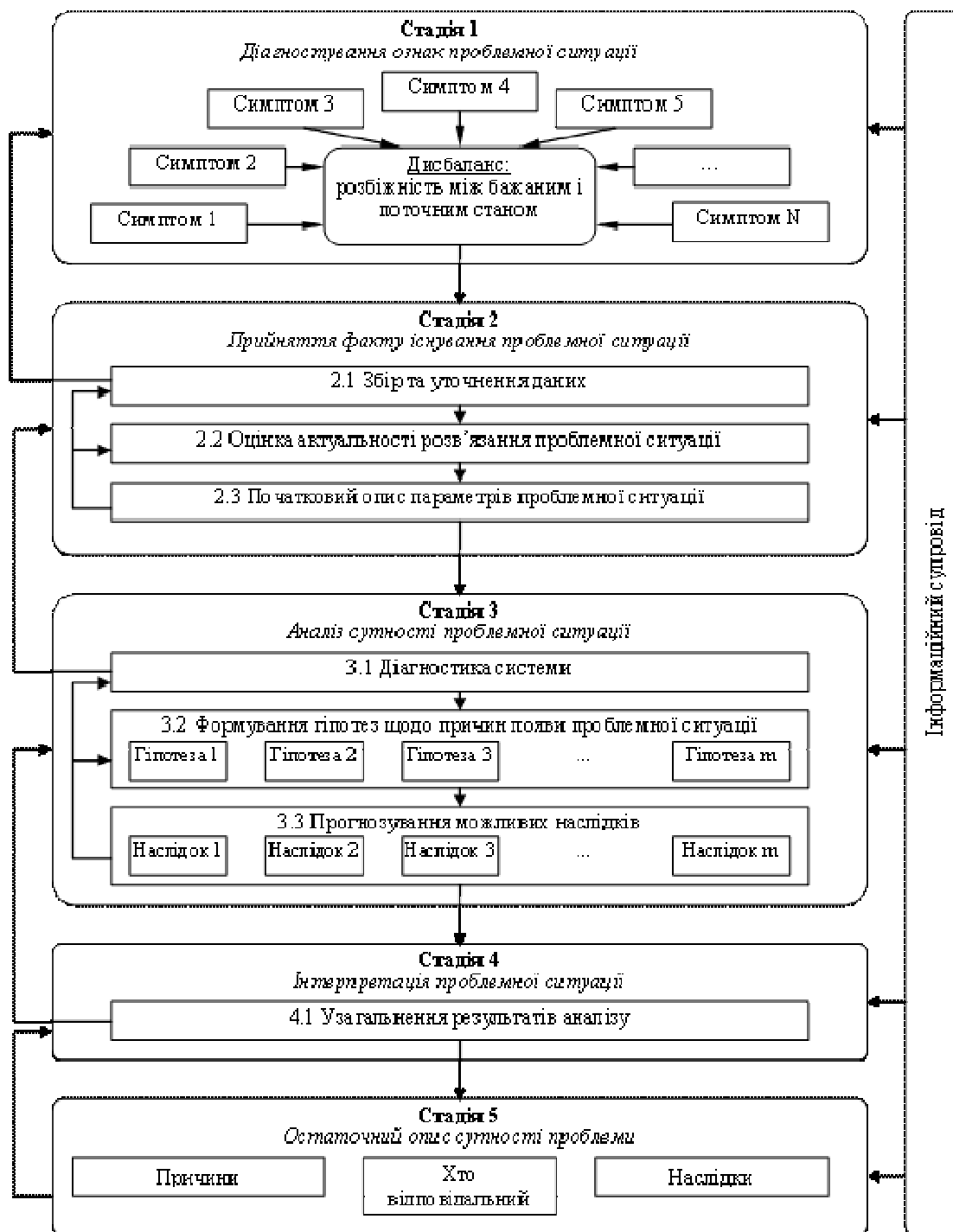


Рисунок 2. Процес аналізу проблемної ситуації

Сучасні методи аналізу проблемних ситуацій можна поділити на дві групи [8, с. 96]:

1. Методи аналізу проблем, що вже виникли («Є проблема – що робити далі?»): відомо до чого потрібно прагнути і є небажані ефекти. Аналіз проблемної ситуації дозволяє виявити (уточнити) дослідницьку задачу і, спираючись на її умови, рухатися до її розв'язання;
2. Методи аналізу систем і виявлення задач («Все добре, але як зробити краще?») спрямовані на виявлення тим чи іншим способом наявних недоліків, невідповідностей і на основі отриманих даних сформулювати задачу.

Дослідження сутності найбільш використовуваних сучасних методів аналізу проблемних ситуацій наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Методи аналізу проблемних ситуацій [2; 5; 6; 8; 9; 11]

Метод	Сутність	Переваги	Недоліки
Методи аналізу проблем, що вже виникли			
Аналіз причинно-наслідкових ланцюжків небажаних ефектів	Виявлення ключових недоліків, тобто недоліків розташованих на початку ланцюжка небажаних ефектів.	Надає можливість виявити причинно-наслідкові зв'язки недоліків, і тим самим всі недоліки побудувати у вигляді ланцюжків, у яких кожен недолік може бути причиною одних недоліків і наслідком інших	Можна вирішити тільки задачі з усунення невеликого числа ключових недоліків
Функціонально-морфологічний аналіз	Створення потенційно нових продуктів. Ідея методу полягає у формальному складанні сполучень типових функцій деякого елемента (або властивості) з об'єктами, що оточують людину, та подальшому відборі осмислених варіантів	Метод дозволяє абстрагуватися від конкретного об'єкта і зосередити увагу на його функціях та складових. Комбінуючи варіанти реалізації елементів і функцій об'єкта, можна отримати найнесподіваніші висновки і рішення	Спрощеність підходу до аналізу об'єкта і можливість отримання надто великого для розгляду числа варіантів, велика частина яких виявляється позбавленою практичного сенсу, що робить використання методу занадто трудомістким
Метод Делфі	Метод дозволяє врахувати незалежну думку окремих учасників експертної групи з обговорюваного питання шляхом послідовного об'єднання ідей, висновків і пропозицій і на цій основі прийти до згоди. Метод заснований на багаторазових анонімних групових обговореннях	Сприяє виробленню незалежності мислення членів експертної групи. Забезпечує спокійне і планомірне вивчення проблеми	Надмірна суб'єктивність оцінок. Вимагає багато організаційних зусиль і великі затрати часу
Метод Ісікави (Діаграма «рибна кістка»)	Дозволяє класифікувати і проаналізувати фактори появи проблеми, виділити найбільш суттєві та виявити на цій основі основні причинно-наслідкові зв'язки	Метод дозволяє стимулювати творче мислення, представити взаємозв'язки між причинами і зіставити їх відносну важливість	Не розглядається логічна перевірка ланцюжка причин, що ведуть до першопричини, тобто відсутні правила перевірки у зворотному напрямку. Складна і не завжди чітко структурована діаграма не дозволяє робити правильні висновки
Метод шести питань Кіплінга (Метод 5W1H)	Коли і за яких умов виникає проблема визначається за допомогою послідовного задавання шести питань: 5W – Why? What? When? Where? Who?, 1H – How?	Дозволяє здійснити багатосторонній огляд проблеми, прийняти різні точки зору при визначенні проблем, усуває бар'єри і надихає інноваційні ідеї	Значний ступінь суб'єктивізму, аналітик переносить своє суб'єктивне відношення при трактуванні результатів. Охоплюючи значний масив інформації, дослідник може зосередити увагу на вирішенні не глибинних причин, а

			поверхневих симптомів
Метод PATTERN	PATTERN (Planning Assistance Through Technical Evaluation Relevance). Метод заснований на принципі розподілу складної проблеми на більш дрібні до тих пір, поки жодна з під проблем не зможе бути різносторонньо (на основі різних критеріїв) і надійно оцінена експертами	Можливість проводити аналіз складних проблемних ситуацій, оперування та включення до аналізу значних масивів даних	Метод позбавлений зворотного зв'язку, оскільки в ньому немає логічних елементів, які б дозволили виявити зроблені недоліки або помилки
Метод «Дерева проблем»	Методика дозволяє ідентифікувати головні проблеми діяльності, поряд з їх причинами і наслідками, допомагаючи аналітикам сформулювати ясні і керовані цілі та стратегії того, як їх здолати	Дозволяє більш чітко визначити пріоритетність факторів і допомагає визначити напрямок подальших дій. Отримані результати аналізу часто допомагають розробляти рішення та будувати загальну програму дій	Може бути важко зрозуміти всі наслідки і причини проблем з самого початку. Зазвичай потрібен час, щоб проаналізувати наявні дані і обговорити проблеми
Методи аналізу систем і виявлення задач			
MPV – аналіз	MPV (Main Parameters of Value) – головні параметри значущості продукту. Ця методика визначає список параметрів, які вважаються споживачем найбільш значущими при купівлі та оцінці того чи іншого товару або послуги. На основі цього визначаються напрямки впровадження інновацій.	Дозволяє вибирати продукти найперспективніші для інновацій і показати напрямки щодо підвищення їх ринкової привабливості.	Не здійснює лінійний поділ класів, лінійну регресію або інші подібні операції, він лише дозволяє оптимальним чином відновити вхідний вектор на основі неповної інформації про нього. Вся додаткова інформація, пов'язана з вектором (наприклад, належність образу до одного з класів), ігнорується
Функціонально-орієнтований пошук	Метод забезпечує знаходження рішень-аналогів різного типу, що отримали назву симбіогенних аналогів	Дозволяє визначити провідні області діяльності системи, виявляє конкуруючі системи з аналогічним призначенням	Цей підхід застосовується лише за наявності спеціалізованих патентних баз даних, наприклад, Delphion. Крім того, використання статистичних підходів призводить до заміни поняття «провідних областей» поняттям «областей з найбільшою патентною активністю», що не зовсім коректно
Функціонально-вартісний аналіз	Метод техніко-економічного дослідження систем спрямований на оптимізацію співвідношення між їх споживчими властивостями і витратами на досягнення цих властивостей. Використовується	Універсальний характер; можливість структурувати функціональні завдання господарської діяльності, що значно полегшує процес	Процес опису функцій може бути занадто деталізованим, крім того, модель іноді занадто складна і її важко підтримувати. Модель часто

	<p>як методологія безперервного вдосконалення продукції, послуг, технологій, організаційних структур. Завданням є досягнення найвищих споживчих властивостей продукції з одночасним зниженням усіх видів витрат</p>	<p>дослідження та виявлення надлишкових функцій; зменшення невизначеності в процесі прийняття рішень у певному напрямку діяльності за рахунок виділення основних напрямків робіт для досягнення цілей конкурентного розвитку</p>	<p>застаріває у зв'язку з організаційними змінами</p>
--	---	--	---

На основі проведених досліджень можемо сформуванати типову структурно-логічну схему здійснення аналізу проблемної ситуації та встановлення сутності проблеми на підприємстві.

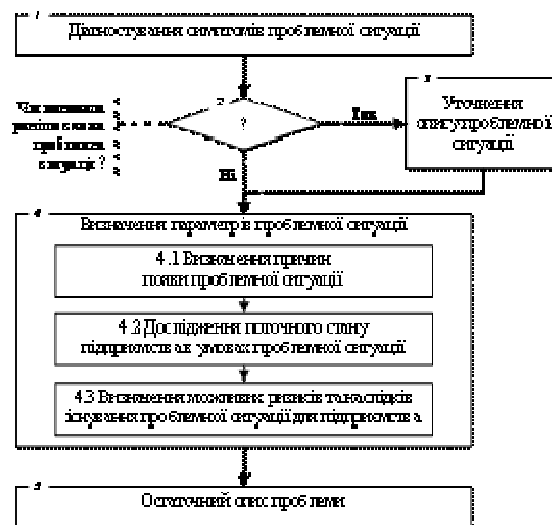


Рисунок 3. Типова структурно-логічна схема аналізу проблемної ситуації та встановлення сутності проблеми

Висновки. На основі викладених вище результатів дослідження можна зробити наступні висновки та узагальнення:

1. Сутність проблеми розкривається у випадку, коли здійснений детальний аналіз проблеми, встановлені остаточні причини її появи та визначені можливі наслідки проблеми для підприємства. Зазвичай на даному етапі процесу РПРМІР відсутні конкретні шляхи подолання проблеми, але починають формуватися концептуальні напрямки розвитку підприємства;

2. Розглянуто найбільш використовувані методи аналізу проблемних ситуацій, виявлено їх переваги та недоліки;

3. Представлено авторський підхід до організації процесу аналізу та дослідження проблемної ситуації, яка виникає в процесі господарювання.

Подальші дослідження будуть спрямовуватись на удосконалення теоретико-методичного підходу до організації процесу розроблення, прийняття та реалізації маркетингових інноваційних рішень на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Бенчмаркінг или трендвотчинг?.. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://marketing-consultant.com.ua/507>
2. Бельтюков Є.А. Управління витратами на основі функціонально-вартісного аналізу / Є.А. Бельтюков, Н.О. Безнощенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 2 – с. 7-10
3. Воробьев С.Н. Управленческие решения: Учебник для вузов / С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин, К.В. Балдин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 317 с
4. Ілляшенко Н.С. Трендвотчинг як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку / Н.С. Ілляшенко, А.С. Росохата // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 29-35
5. Лопухин М. М. ПАТТЕРН – метод планирования и прогнозирования научных работ [Текст] / М. М. Лопухин. – М. : Сов. радио, 1971. – 159 с.
6. Методы поиска идей и создания инноваций [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.inventech.ru/technologies/>

7. Романчиков В.І. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник / В.І. Романчиков. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 254 с.
8. Савчук Т.О. Концептуалізація моделювання процесу аналізу проблемних ситуацій / Т.О. Савчук, О.В. Смирнова // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 96-101
9. Самсонова М.В. Технология и методы коллективного решения проблем : Учебное пособие / М.В. Самсонова, В.В. Ефи мов. – Ульяновск: УлГТУ, 2003. – 152 с.
10. Трендвотчинг (trendwatching): тренд и его метод работы [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://dninauki.ucoz.ru/publ/katalog_statey/trendvotching_trendwatching_trend_i_ego_metod_raboty/1-1-0-76
11. Хоренян Р.Г. О практических приемах определения главных функциональных параметров значимости продукта / Р.Г. Хоренян, О.Н. Фейгенсон // «ТРИЗ-Конференция – 2007» [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.metodolog.ru/01151/01151.html>
12. Dillon Barreto L. Problem Tree Analysis / L. Barreto Dillon [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.sswm.info/category/planning-process-tools/exploring/exploring-tools/preliminary-assessment-current-status/prob>

Стаття надійшла до редакції 09.07.2012 р.

? Грищенко О.Ф. Дослідження сутності проблеми: місце та роль в процесі розроблення та ? прийняття маркетингових інноваційних рішень // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. ? – 2012. - №7. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1289?>