

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Азадський університет
Каракалтакський державний університет
Київський національний університет технологій та дизайну
Луцький національний технічний університет
Національна металургійна академія України
Національний університет «Львівська політехніка»
Одеський національний політехнічний університет
Сумський національний аграрний університет
Східно-Казахстанський державний технічний
університет ім. Д. Серікбаєва
ТОВ «НВО «ПРОМІТ»
Українська асоціація якості
Українська інженерно-педагогічна академія
Університет Барода
Університет ім. Й. Гуттенберга
Університет «Politechnika Świętokrzyska»
Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова
Херсонський національний технічний університет*

СИСТЕМИ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПОСТАВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ВИРОБНИЦТВО

Матеріали I Міжнародної науково-практичної
конференції

(м. Суми, 17–20 травня 2016 року)

Сайт конференції: <http://srpv.sumdu.edu.ua>.

Суми
Сумський державний університет
2016

ВИКОРИСТАННЯ ПРОБЛЕМНО-НАСЛІДКОВОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Грищенко О.Ф., к.е.н., кафедра маркетингу та УІД, СумДУ, м. Суми

Результативність процесу планування та розроблення нової продукції підприємства прямо залежить від рівня якості та характеру інформації, яка отримується за результатами досліджень середовища господарювання. У свою чергу, у ході проведення дослідження середовища господарювання імовірна поява таких перешкод:

- надходження великих масивів інформації, які неможливо вчасно обробити та інтерпретувати;
- обмеженість доступу до певних типів даних та видів інформації;
- відсутність інформації чи досвіду у певній сфері;
- несвоєчасне надання інформації;
- неправильне розставлення акцентів та пріоритетів майбутньої діяльності підприємства;
- зміна ситуації на ринку і, як результат, зміна пріоритетних напрямів розвитку;
- неправильна інтерпретація отриманих даних;
- похибки та неточності прогнозів, суб'єктивне тлумачення ситуації;
- спотворення та несистематичність даних;
- низька кваліфікація персоналу, задіяного у процесі інформаційного забезпечення.

Кінцевим результатом проведених досліджень середовища господарювання є виявлення симптомів та усвідомлення появи певної проблемної ситуації. Проблемну ситуацію слід розглядати як дисбаланс між бажаним і поточним станом підприємства, який проявляється через такі симптоми:

- зниження обсягів продажів продукції;
- зниження продуктивності праці;
- недоотримання виручки від реалізації продукції;
- підвищення собівартості виробництва та реалізації продукції;
- зниження рівня лояльності клієнтів (працівників) підприємства;
- втрата клієнтів;
- зменшення частки ринку;
- збільшення нереалізованих запасів продукції на складі;
- повернення продукції з причини браку;
- збільшення кількості скарг клієнтів;
- збільшення часу оброблення заявки клієнта тощо.

Слід також відмітити, що проблемна ситуація є джерелом змін (позитивних чи негативних) для підприємства. Виявивши проблемну ситуацію представники підприємства повинні детально вивчити її та вжити заходів для її подолання чи нейтралізації. Одним із дослідницьких підходів, що використовується для аналізу, систематизації та максимальної конкретизації сутності проблеми є проблемно-наслідковий підхід. Узагальнюючим результатом такого підходу є причинно-наслідкова карта проблем господарювання досліджуваного підприємства (рис. 1), що систематизує виявлені проблеми, описує основні причини їх появи та визначає можливі наслідки їх розвитку.

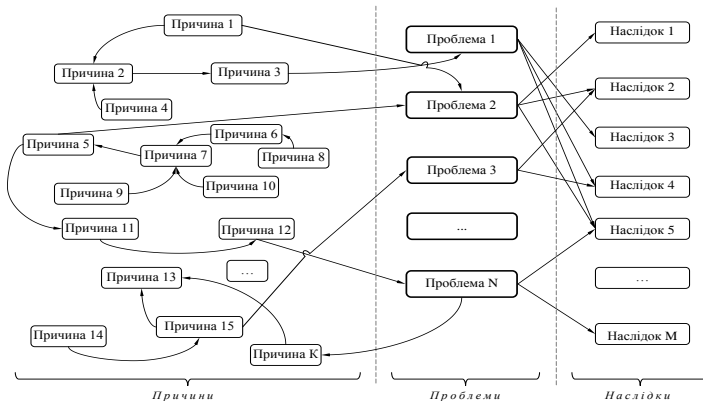


Рисунок 1 – Причинно-наслідкова карта проблем господарювання досліджуваного підприємства (умовний приклад) [1]

Досвід показує, що на різних підприємствах (навіть однієї галузі) одна й та сама проблема може проявитися різною комбінацією симптомів, тому проблемно-наслідковий підхід покликаний здійснити сутнісну ідентифікацію та виявити основні закономірності розвитку проблемної ситуації. Такі дані створюють базис та звужують сферу для прийняття управлінських рішень. На нашу думку, виокремлення та вибір конкретної сфери прийняття управлінського рішення дає можливість визначити пріоритети подальшої діяльності та дозволяє сконцентрувати заходи і ресурси підприємства для більш ефективного вирішення встановленої раніше проблеми.

Список літератури

1. Грищенко О.Ф. Обґрунтування вибору маркетингових інноваційних рішень на основі діагностики проблемних зон господарювання / О.Ф. Грищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. - № 2. - С. 21-35.