

ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИННОВАЦИОННОГО КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА (ЭТИКМ) – ИНСТРУМЕНТ Е-МАРКЕТИНГА (ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА)

Т.Е. НАГАНОВА

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
ул. П. Бровки, 6, г. Минск, 220013, Республика Беларусь
naganova@tut.by*

Использование технологий ЭТИКМ в электронном маркетинге является одним из важнейших направлений развития экономической науки. В этой связи большой интерес представляют технологии рекламы и PR, а также овладение приемами инноватики и эвристики в области промышленного е-маркетинга, е-маркетинга услуг, в том числе консультационных.

Ключевые слова: ЭТИКМ, ТРИЗ, система, тризовское мышление, инноватика, эвристика.

XX век называют веком ТРИЗ – веком, когда была изобретена теория решения изобретательских задач. XXI можно назвать веком активного использования ТРИЗ для решения практических задач любой природы.

Человек не выбирает места рождения. Генрих Саулович Альтшуллер и созданная им наука родилась в тоталитарной стране, где технологии творческого мышления были не нужны и даже вредны. Всемирное и всемерное (многомерное) распространение ТРИЗ стало возможным только потому, что СССР и страны, которые появились на постсоветском пространстве, полностью интегрировались в мировые экономические и политические системы. ТРИЗ перешагнул национальные границы и расширил сферы своего использования от создания новой техники и технологий до инноваций в любой области человеческой деятельности. Для новой науки открылся огромный, практически неограниченный рынок.

Развитие есть повышение степени идеальности системы, то есть отношения суммы выполняемых ею полезных функций к сумме факторов расплаты за их выполнение. Существуют объективные и принципиально познаваемые законы развития, выявление их возможно путем анализа истории развития и соответствующих информационных фондов. Их использование позволяет прогнозировать и сознательно (а не на базе проб и ошибок, т.е. без перебора множества вариантов) **совершенствовать системы различной природы**. Законы развития различных систем, в том числе и нетехнических, таких как общество, искусство, наука и т.п., близки друг другу, хотя существуют и специфические особенности систем. Это позволяет применять ТРИЗ в разных областях путем преобразования задач конкретной области к типовым, принятым в ТРИЗ, формулировкам. ТРИЗ в экономических науках позволил создавать и применять **эффективные технологии инновационного креативного менеджмента (ЭТИКМ)**, формировать у будущих маркетологов так называемое «тризовское мышление». Суть его в том, что устранение противоречий в развитии систем происходит путем их (систем) глубокого изучения, анализа и принятия эффективных управленческих решений на фоне снятия психологической инерции, формирования творческой мотивации, творческого мышления. ЭТИКМ – авторский термин [1].

ЭТИКМ возможно использовать в рекламе и при решении PR и HR задач, в решении вопросов промышленного маркетинга и его электронного сопровождения, при решении задач личного маркетинга специалиста и продвижению по карьерной лестнице.

Создание нового – творческий процесс. Творческими способностями (креативностью) некоторые люди наделены природой, способности креативности возможно развивать.

Критерии креативности:

- умение видеть проблему;
- беглость, умение увидеть в проблеме как можно больше сторон и связей;
- гибкость мышления, как умение понять новую точку зрения и отказаться от усвоенной точки зрения (преодоление инерции мышления);
- оригинальность мышления как отход от шаблона (преодоление инерции мышления);
- способность к перегруппировке идей и связей;
- способность к анализу и абстрагированию;
- способность к конкретизации и синтезу;
- ощущение стройности в организации идей.

Созданием нового занимается наука инноватика – целостная система взаимосвязанных решений, которая обеспечивает развитие организации в ее аспектах: производственном, материально-техническом, научно-техническом, социальном и экономическом с целью эффективного развития организации и с условием соответствия критериям эффективности. Эвристика – наука о методах анализа проблемных ситуаций и поиска новых решений. Поэтому основы инноватики и эвристики в виде классических методов ТРИЗа и новых методов (ТРИЗ – это тоже система и система саморазвивающаяся): мозгового штурма, синектики, Дельфи, ассоциаций, морфологического анализа, сценариев, Гордона, целевых обсуждений, дерева целей, ФСА и очень многих других – предмет изучения курса ЭТИКМ. Для маркетологов в области электронной коммерции существуют определенные границы использования технологий ЭТИКМ. Эти границы установлены рамками хозяйственного законодательства Республики Беларусь: экономика не может быть креативной, в отличие от технологий менеджмента и маркетинга.

Вузовская наука Республики Беларусь не оставляет вниманием инновационные технологии в экономике. По этому вопросу известны публикации: 1. Беляцкий Н.П. Интеллектуальная техника менеджмента. – Мн.: 2001; 2. Журавлев В.А. Креативный менеджмент и инновации. – Мн.: Право и экономика, 2009; 3. Наганов А.В. Промышленная собственность – интеллектуальный капитал хозяйственной деятельности. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 1997.

В Российской Федерации практические подходы для решения задач ЭТИКМ в виде методик предлагает Викентьев И.Л. в книге «Приемы рекламы и публик релейшнз». – СПб, 1995., а также Ю.Н. Лапыгин в книге «Основы управленческого консультирования» - М., 2006.

Области исследования теории ЭТИКМ и сферы практического приложения ЭТИКМ – основа соответствующего курса для экономических дисциплин высшей школы Республики Беларусь, его теоретического и методического обеспечения. Сами пособия в силу их востребованности временем не замедлят быть написанными.

Список литературы

1. *Наганова Т.Е.* ЭТИКМ для агроинженеров – новые возможности известной науки. – <http://www.rlst.org.by>, www.rntb.org.by.