

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Наукове товариство студентів, аспірантів,
докторантів і молодих вчених СумДУ

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

Матеріали
ІХ студентської конференції
(Суми, 25 лютого 2018 року)



Суми
Сумський державний університет
2018

ПАРАДОКСАЛЬНІ ЯВИЩА БІЗНЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМТСТВОМ

Третяк Т.В., *студентка*; СумДУ, гр. М-61

Парадокси здаються логічно-неможливими, але часто є правдивими. Вони висвітлюють проблеми, які ми не помічаємо та змушують нас задаватися питанням: « В чому різниця між істиною та реальністю?». Парадокси дають нам поради та допомагають дослідити світ більш глибоко.

В результаті проведених досліджень нами були виявлені парадоксальні явища сучасного бізнесу.

1. Бізнес для лінивих, але лієніві не побудують свій бізнес. Як не дивно, за науковими дослідженнями, найрозумнішими в нашому оточенні є лієніві люди. В бізнесі теж саме. Для того, щоб нічого не робити, винайдіть замієніник своєї праці та джерело збагачення. Лієнівим не подобається спокійно виконувати накази керівника, йому потрібно лише отримувати задоволення від того, чим він займається. У них бізнес є більш конструктивним, бо їхнім лозунгом є: « Вирішуй проблеми з першого разу, але якісно!». Істина лежить в тому, що у лієнівих людей не має бажання витратити свій вільний час на переосмислення та неодноразовий пошук невирішеного завдання.

2. Чим швидше втікати від проблем , тим швидше вони нас наздоженуть! Варто не втікати від труднощів , а вирішувати їх. Якість виконання важливіша за швидкість знаходження виходу.

3. Чим більший вибір , тим більше безпорадними стають споживачі. Однією із цілей діяльності фірми є розширення асортименту та оновлення дизайну. Але такий маркетинг не завжди приносить користь, адже чим більше ми маємо речей у своєму розпорядженні, тим більше ми стикаємося з труднощами вибору. Тому дехто утримується від ухвалення подібних рішень. Ми вважаємо за доцільне не задаватися питаннями: « Що, якщо...?», а робити те, що вважаєте за потрібним!

4. Цей факт не сподобається «трудоголікам» та діловим особам, котрі живуть за принципом: «Не відкладай на завтра те, що можеш зробити сьогодні». Бізнесмени, які відносилися до вищевказаної групи зараз впевнені в правдивості цього парадоксального вислову: « Чим більше задач Ви намагаєтеся виконати одночасно, тим менш

успішним буде результат їх виконання». В сучасному світі не можливо стати прототипом Цезаря. Варто кожного разу сконцентруватися лише на важливих справах. Чіткий план призведе Вас до економії зусиль та підвищенні продуктивності виконання необхідних робіт.

5. «Друзів у бізнесі не існує!». «Конкуренти – найкращі друзі!». «Конкуренти – це не вороги, а вчителі!»...

Всі ці лозунги чітко висловлюють ідею того, що бізнес – це поле однієї війни, але не одного воїна. Тут немає місце співдружності. Повага та дружні відносини для підприємця – лише ресурс досягнення успіху, а конкуренти – спосіб мотивації.

6. Більшість компаній стверджують, що головна ціль їхньої діяльності – задоволення потреб споживачів. Тож виходить замкнутий круг цілей підприємства.

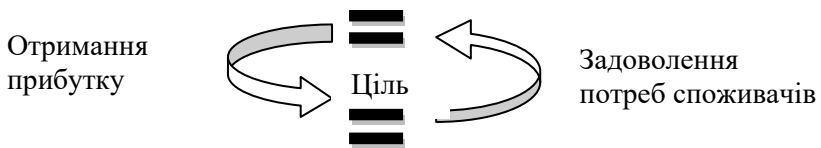


Рис.1. Цілі бізнесу

Нажаль на сьогодні не кожен підприємець ефективно поєднує важливі компоненти бізнесу: задоволення потреб споживачів та максимізацію прибутку. Тому в більшості бізнесмени спрямовують зусилля на задоволення потреб бізнесу, а не споживачів. Таким чином виникають відомі бренди.

7. Більшість споживачів віддають перевагу тим товарам, на які ціна знижена. Але низькі ціни не завжди приваблюють! Звичайно, людям вигідніше брати дешевші товари, та якщо різниця в ціні товару дорівнюватиме 1 грн., чи є ефект від таких знижок. Якщо ж ставити ціни набагато нижче – у покупців виникає підозра щодо якості товару.

Найголовнішим парадоксом не тільки в бізнесі, але і в повсякденному житті є те, що навіть знаючи проблеми, ми не в змозі їх вирішити, але і змиритися з ними теж не збираємося.

Керівник: Мартинець В.В.