АНАЛІЗ ДИЛЕМИ ВИРОБНИКА В ЕКОНОМІЦІ НА ПРИКЛАДІ ІКТ

асист. **Омельяненко В.А.,** здобувач **Вернидуб Н.О.,** студент гр. ІН-22 **Шабло А.О.**

На сьогоднішній день існує досить велика дилема серед різних виробників як продуктів так і речей, гаджетів і аксесуарів тощо. Якщо проаналізувати ціни, то ми побачимо хоч і не значні, а може, навіть і значні відмінності у ціні. Це свідчить про те, що існують відмінності за різними факторами, як ціновими, так і неціновими. Перед покупцями завжди стоїть вибір що купити. В той же час перед виробником стоїть питання що виробляти, що додати в свій продукт, щоб він був кращим за продукт конкурента та як скоротити витрати на виробництво.

Одним із ефективних засобів продати свій продукт є реклама. Але досвідчені покупці обов'язково звернуть свою увагу також на особливості продукту, що і є одним з головних критеріїв вибору продукту. Тому висока ціна або розрекламований продукт не завжди означає якість. Наприклад, якщо спиратися на продукти харчування, то тут завжди повинна бути високою якість незалежно від ціни. Не потрібно дозволяти випуск продукції, що виготовлена з синтетичних, штучних, не якісних, ГМ-продуктів.

Виробник також ризикує, оскільки він витрачає свої кошти, інвестує їх у свою продукцію, розвиває ідею. В той час як гарантії що його товар буде прибутковим ніхто не дасть. Адже може бути так, що людина вкладе кошти в розробку інноваційного продукту, на який не буде попиту. Тим самим новий виробник зазнає збитків, хоч і використав ресурси для розвитку виробництва.

Нортон Р. та Каплан Д. відзначали, що інформаційна епоха привела до того, що багато фундаментальних постулатів промислової революції застаріли. Завоювати стійку перевагу завдяки лише впровадженню нових технологій у виробництво (матеріальні активи) або відмінним управлінням фінансовими активами та зобов'язаннями стало неможливим. Здатність мобілізувати і повною мірою використовувати свої нематеріальний активи знайшла більше вирішальне значення, ніж інвестиції та управління реальними активами [1]. Успішний рух до компанії високотехнологічної, активної, здатної витримати конкуренцію на ринку, неможливий за умови контролю та аналізу лише фінансових показників.

Загалом дилема виробника полягає у виборі інструментів вирішення завдання «як і чому вибрати саме такі набори факторів виробництва й структури випуску». Використовуючи обмежені ресурси, він організовує виробництво певного обсягу продукції та поставляє її на ринок. Здатність підприємства робити товари при відповідних витратах факторів виробництва визначається технологією, що представляє собою практичне застосування знань про способи виробництва продуктів і послуг.

Найпоширеніший варіант дилеми виробника полягає в аналізі альтернативи «впровадження нових технологій або одержання максимальної віддачі від існуючих». Кращі компанії досягають успіху тому, що уважно вивчають потреби споживачів та активно інвестують у розвиток технологій та виробництво продуктів з такими технічними характеристиками, які задовольняють вимогам наступного покоління користувачів. Однак, як це не парадоксально, кращі компанії зазнають краху по тим же причинам: через занадто пильну увагу до побажань споживачів, інвестицій у розвиток технологій і виробництво продуктів, потрібних наступному поколінню користувачів. У цьому складається одна із проблем інноватора: сліпе проходження правилу, відповідно до якого гарний менеджер повинен бути якнайближче до споживача, що іноді приводить до непоправних помилок [2].

Компанії зазнали краху тому, що впровадження технології не мало для них змісту – доти, поки не стало занадто пізно. Саме тому підривні технології ставлять перед інноваторами таку дилему. Працювати краще, більше та уважніше прислухатися до потреб

споживачів, оскільки від чого залежить успіх підтримуючої технології. Але ці правила марні і навіть у багатьох випадках шкідливі, коли мова йде про підривну технологію.

Компанія, що прагне до росту та конкурентних переваг, не обов'язково бути першою в кожному своєму бізнесі. Що стосується підтримуючих технологій, то компанії, що особливу увага приділяють удосконаленню звичайних технологій і віддають перевагу ролі послідовників при впровадженні нових, часто зберігають сильні позиції.

Такий вибір обумовлений наступними причинами: бажання одержати найбільшу віддачу від вкладених коштів; одержання нормального прибутку без додаткових витрат; ризик і недовіра до нового.

Один з підходів, названий моделлю конгруентності ("відповідності") організаційної поведінки, заснованій на загальній системній моделі, запропонованої Девідом Надлером. Виробник може бути представлений у вигляді системи, що складається з взаємозалежних складових частин. Зміна в однієї складової частини системи приводить до змін в інших складових. При цьому система генерує енергію, щоб рухатися до стану рівноваги. Щоб продовжувати існувати, організація як відкрита система повинна підтримувати сприятливі імпульси на входах і виходах.

1. Каплан Роберт С, Нортон Дейвид П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Пер. с англ. – М.: ЗАО ≪Олимп-Бизнес≫, 2005. – 512 с.

2. Клейтон М. Кристенсен. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 240 с.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 99-100.