

Основною метою управління соціально-економічним розвитком на засадах маркетингу - є поліпшення якості життя населення, а не тільки підвищення ефективності економіки, як це іноді трапляється на практиці. У загальному сенсі якість життя населення - це ступінь задоволеності громадян. Поняття "задоволеність" в даному аспекті включає в себе реалізацію фундаментальних прав людини, закріплених в Конституції України

Результатом реформи місцевого самоврядування в Україні є запровадження принципів стратегічного управління на місцевому рівні влади. Основною дійовою особою процесу управління і відповідальними за його планування, реалізацію та оцінку є місцеве співтовариство. Поняття «місцеве співтовариство» характеризує той факт, що люди, які є членами цієї спільноти, живуть на одній території і об'єднуються для реалізації спільних цілей, ідей і т.д. До складу місцевої громади входять представники виконавчої влади, місцевого бізнесу, некомерційних організацій і т.д.

Маркетинг території є досить складним процесом або системою дій, спрямованість яких залежить від цілей і завдань, визначених місцевими громадами. Дане поняття включає в себе безліч компонентів, спрямованих на розвиток міста і просування його інтересів з метою задоволення потреб місцевої громади та потенційних партнерів для виконання завдань соціально-економічного розвитку.

Включення маркетингу території дозволяє робити весь цикл соціально-економічного розвитку більш цілісним і надає йому системність. Тобто забезпечується більш чітке бачення стратегічних напрямків розвитку регіонів і міст, сприяє формуванню соціальної і економічної сфери, що відповідає потребам суспільства, дозволяє прогнозувати і планувати більш раціональне використання ресурсів в контексті сталого розвитку. І, найголовніше, дозволяє визначити конкретні цільові групи, на які будуть спрямовані ті чи інші аспекти розвитку.

Література:

1. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий : Учебник / А.П. Панкрухин. — М.: Омега-Л, 2005. — 656с.
2. Котлер Ф. Маркетинг мест [Текст] – Ф. Котлер, К. Асплунд, І. Рейн, Д. Хайдер, 2005. — 376 с.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Камай М. І., студент 2 курсу економічного факультету

Максимов М. С., викл. каф. економічної кібернетики та прикладної економіки

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

На сьогодні існує багато бізнес-моделей, які створюються для опису проектів, ідей та стартапів. Але, як показує практика, одні з них досить успішні

та приводять своїх авторів до поставлених цілей, інші, навпаки, зводять на нівець інвестовані ресурси. Метою мого аналізу стало з'ясування причин, що зумовлюють результат, який отримує підприємець після втілення бізнес-плану у життя. Базою для даного дослідження є аналіз реалізованого проекту, який мав за мету організацію подорожі до Карпат.

За даними Startup Genome Report [1] близько 93% усіх стартапів не переходять межу місячного прибутку у розмірі ста тисяч доларів, 74% інтернет-стартапів з високим рівнем зростання провалюються через передчасне масштабування. Близько половини від реалізованих проектів завершуються протягом перших п'яти років [2].

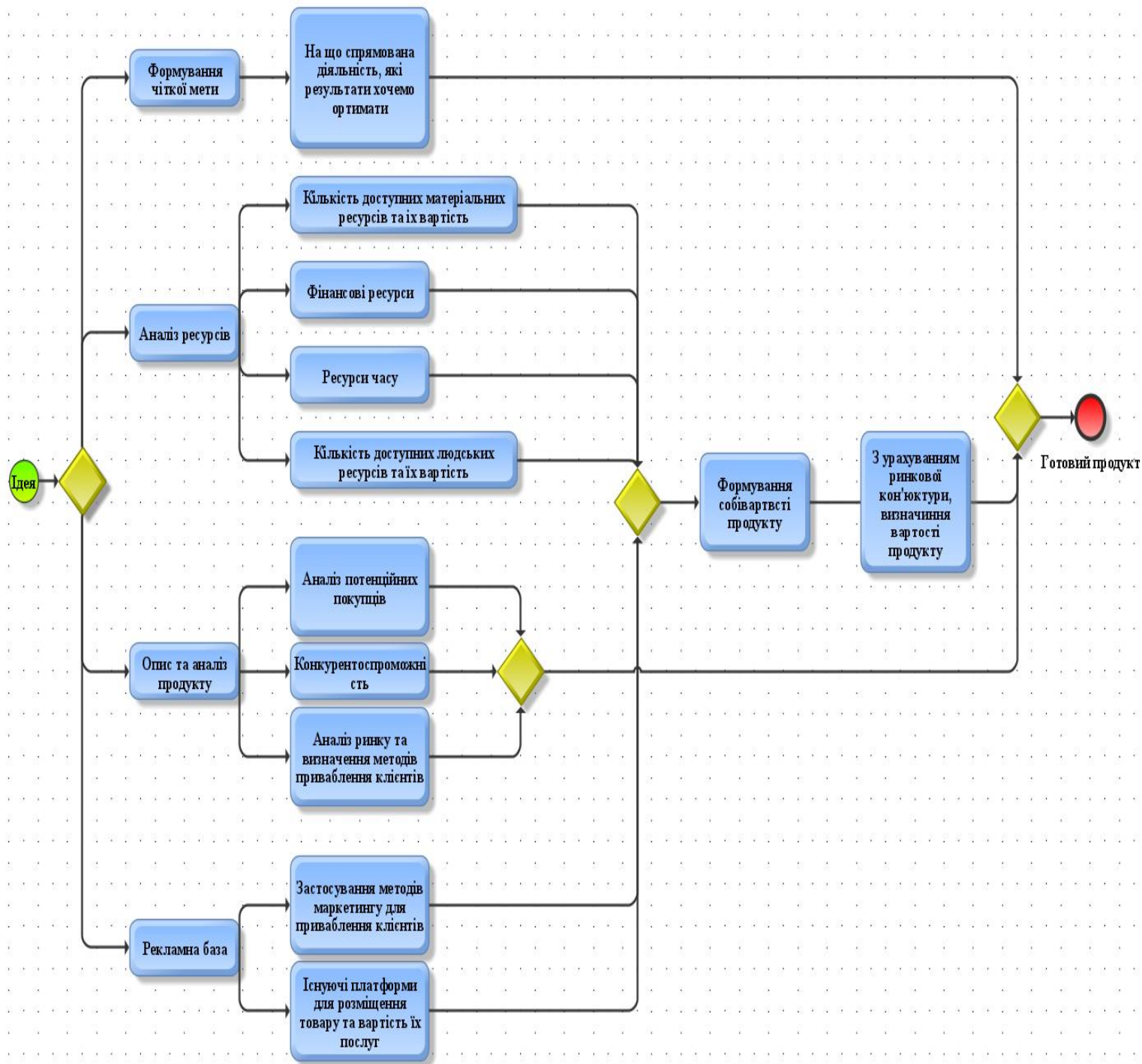


Рис. 1. Бізнес-модель за BPMN технологією.

Джерело: Розроблено автором в програмному середовищі Aris Express

Звичайно, на результат проекту впливає велика кількість факторів: наскільки вдалою була сама ідея, стан ринку та актуальність вашого рішення для його теперішнього стану. Готовність засновників до втілення та розвитку ідеї (інформаційна підкованість, чи здатні вони швидко вирішувати проблеми, навіть психологічні аспекти, такі як схильність бути першим по життю, розуміння емоцій людей та інші риси). Чи правильно були підібрані інвестори, яку підтримку можна від них очікувати. Згуртованість та професіоналізм команди, чи стане колектив продуктивною силою, а може зруйнує усі старання засновників? Усі ці аспекти можуть стати вирішальними. Тому потрібно об'єктивно оцінювати власні ресурси та ретельно планувати усі свої кроки перед втіленням ідеї у життя [3].

Одним з інструментів для опису проектів є бізнес-модель, процес створення якої є складовою частиною стратегії бізнесу. За допомогою BPMN технології на Рис. 1. відображена модель опрацювання бізнес-ідеї. Ця модель з'явилася у результаті аналізу заходів, що буди проведені з метою організації подорожі до Карпат. Модель містить у собі етапи, які повинні бути опрацьовані для втілення проекту.

Після визначення з напрямком своєї діяльності — ідеєю, у нашому випадку це була організація літньої подорожі, ми перейшли до створення бізнес-моделі. Мета — зібрати групу з 10 людей та отримати прибуток, достатній для покриття витрат на подорож організаторів. Людські ресурси були представлені трьома особами, обов'язки яких були розподілені наступним чином: організація сайту та поширення інформації в інтернеті; узгодження питань житла, розважальної програми та інших організаційних моментів. Остання людина координувала дії перших, встановлювала конкретні задачі, аналізувала загальний стан проекту. Фінансові ресурси були обмежені, тому ми шукали способи реалізації завдань на безкоштовних платформах. Чіткі часові обмеження — три місяці на узгодження всіх питань та створення готового продукту.

Зробивши висновки, що компанія, яка тільки виходить на ринок, не має репутації, ми вирішили поширювати продукт серед знайомих та студентів, якими є ми самі. У даному випадку гарантами виступатиме не репутація компанії, а наша власна. Конкурентоспроможність диктувалася нижчими цінами та унікальною програмою. Зважаючи на те, що організаторами були власне ми, метою було підбрати найцікавіші локації і місця, які не були масовими, щоб забезпечити попит.

Аналіз ринку містив у собі перегляд усіх туристичних фірм та приватних організаторів для того, щоб визначитися з середнеринковою вартістю та пропозиціями. У результаті домовленостей з готелем, організаторами екскурсій, транспортних витрат та витрат на створення і організацію проекту, було отримано собівартість подорожі. Ми порівняли ціни та послуги на ринку з тим, що пропонували ми. Зважаючи на усі вищезазначені аспекти, ми вирішили просувати наш проект.

Задля поширення продукту був створений власний сайт. Але, зважаючи на те, що для того, щоб сайт став відомим потрібні грошові інвестиції та час,

платформою, яка принесла більше всього переглядів та клієнтів стали соціальні мережі. Facebook та Instagram були для нас безкоштовними та найбільш прибутковими способами реклами.

Таким чином, задіяння методів бізнес-моделювання слугує основою для втілення проекту у життя. Дозволяє створити цілісну картину та чітко уявлення щодо заходів з організації, створення та просування власного продукту. Що у свою чергу слугує рушійною силою для росту і розвитку компанії та її виходу на новий рівень ринкових відносин.

Література:

1. Startup Genome Report Extraon Premature Scaling : веб-сайт. URL: https://s3.amazonaws.com/startupcompass-public/StartupGenomeReport2_Why_Startups_Fail_v2.pdf (дата звернення: 04.11.2018).
2. Chart 3. Survival rates of establishments, by year started and number of years since starting, 1994–2015, in percent : веб-сайт. URL: https://www.bls.gov/bdm/entrepreneurship/bdm_chart3.htm (дата звернення: 01.11.2018).
3. How to avoid being a statistic on the journey to success : веб-сайт. URL: <https://www.inc.com/thomas-koulopoulos/5-of-the-most-surprising-statistics-about-start-ups.html> (дата звернення: 01.11.2018).

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОЕКТАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Каменєва А. О., студентка 7 курсу факультету Менеджменту

Лисенко Д. Е., д-р техн. наук, доц., проф. каф. управління проектами в міському господарстві і будівництві

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

На сьогоднішній день сільські території України мають низький рівень інвестиційної привабливості та соціально-економічного розвитку. Це зумовлено багатьма чинниками. Наприклад, високий рівень безробіття через недостатній рівень використання всього потенціалу аграрної сфери, нерациональне природокористування, бідність населення. Всі ці чинники перешкоджають розвитку сільських територій. Підвищення рівня розвитку сільських територій можна досягнути завдяки використанню сучасних інформаційних технологій.

У нашу епоху, інформаційні технології мають велике значення у житті людини. Вони використовуються у всіх сферах життєдіяльності та сприяють розвитку усіх галузей праці. Для розвитку сільських територій треба розробити програми інформатизації. Такі програми мають бути спрямовані на перехід до нового ступеню розвитку суспільства завдяки впровадженню електронних інформаційних систем. Програми інформатизації повинні мати певні завдання та заходи для їх успішної та результативної реалізації. По-перше, слід забезпечити сучасною технікою районні, селищні та сільські ради. По-друге,