

3. Розробка стратегій розвитку міст в Україні: інструкція та огляд практик/ Федерація канадських муніципалітетів. Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2019. 44 с.

4. Стогова О. В. Децентралізація влади в Україні: проблема реалізації. *Правові горизонти / Legal horizons*, 2018. С. 13-20.

Дегтяр О. А.,

д-р наук з держ упр., доцент, доцент кафедри менеджменту і публічного адміністрування,

Угоднікова О. І.,

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельного господарства,

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ МІСТІ

В умовах бурхливого розвитку урбанізованого середовища важливим аспектом є не просто створення умов комфортного перебування людини на території великого міста, але і створення ефективного інформаційного простору, спрямованого на комунікації, обміні інформацією, презентації та позиціонування міста з метою створення центрів тяжіння відповідно до наявних ресурсів та функцій, які дана територія може ефективно виконувати. Сучасні міста є центрами економічного, політичного, соціального, культурного розвитку людства. Зростання ролі міст як соціально-економічних осередків суспільного розвитку визначено, зокрема, шляхом виділення окремої цілі у Концепції сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй, як забезпечення сталого розвитку міст.

ООН визначено, що серед економіко-соціальних та екологічних факторів розвитку сучасного міста, важливим елементом урбанізації є обмін інформацією та створення ефективного інформаційного простору, спрямованого на забезпечення наступних цілей:

- надання необхідної для функціонування міста інформації мешканцям,
- створення цифрового простору для надання послуг, моніторингу, контролю та виконання інших функцій управління в місті,
- інформаційна підтримка просування міста як соціально-економічного центру з метою залучення додаткових інвестицій та активізації підприємницької діяльності.

В широкому розумінні, комунікацію можна визначити як процес передачі інформації від комунікатора до комуніканта [1]. Тобто, схема комунікації визначена механізмами передачі інформації від її власника до споживача. Ця інформація може мати будь-який вигляд (усна, письмова, онлайн тощо), цілі (інформування, презентація, звітування, моніторинг тощо) та спрямована на

різні аудиторії (мешканці міста, туристи, працівники, молодь, діти, соціальні категорії населення тощо). У залежності від виду та цілей інформації необхідно визначати відповідні канали її передачі, щоб максимізувати ефект від комунікування для відповідної цільової групи, якій дана інформація призначена.

Таким чином, формування системи управління маркетинговими комунікаціями може бути представлено наступною схемою (рис. 1).

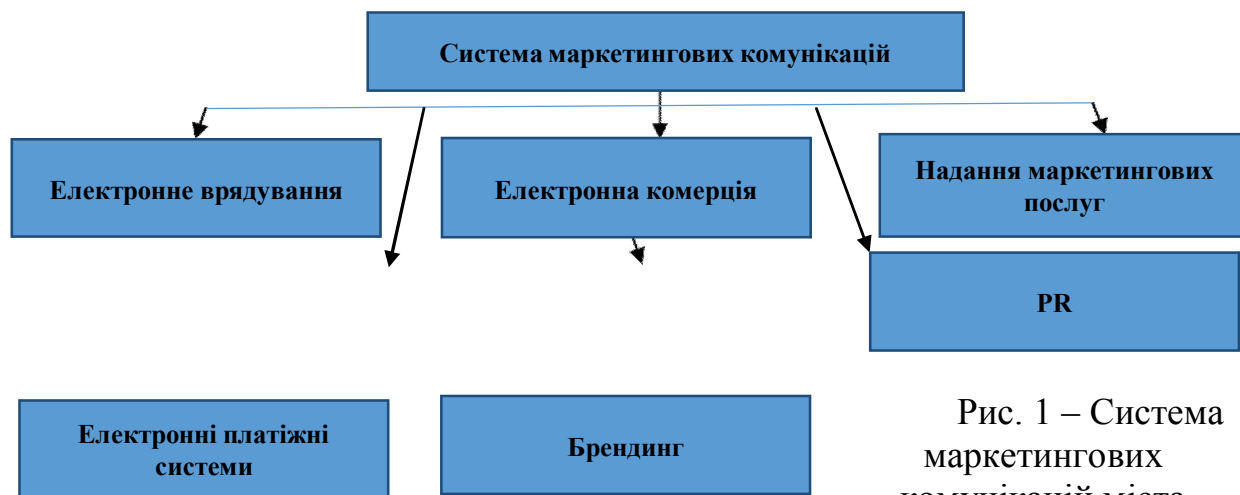


Рис. 1 – Система маркетингових комунікацій міста

У системі великого міста маркетингові комунікації є не лише засобом обміну інформації з населенням міста. Вони стають додатковим механізмом управління великим містом, виконуючи функції електронного супроводу надання різних послуг, в тому числі адміністративних. Додатковою функцією налагодження маркетингових комунікацій є позиціонування міста для забезпечення його конкурентоздатності на ринку. Формування бренду міста відповідно до наявних ресурсів та можливостей їх використання є важливим елементом підвищення інвестиційної привабливості. Наприклад, можна визначити створені бренди бізнес-центрів великих міст – Шанхай, Лондон, Цюріх; туристичних центрів: Рим, Мадрид, Париж; центри інноваційного розвитку (SMART-city) – Токіо, Сінгапур, Копенгаген; центри політичної активності – Нью-Йорк, Брюссель та інші центри позиціонування.

Таким чином, важливим елементом забезпечення конкурентоспроможності міста на світових ринках, його позиціонування як світового центру соціального, економічного, культурного, політичного життя є забезпечення ефективної системи маркетингових комунікацій. Система маркетингових комунікацій міст полягає не лише в обміні інформацією, але і у створенні інформаційного простору навколо звичайних функцій, які традиційно виконуються муніципалітетами та послуг, що надаються мешканцям міста.

Список джерел

1. Партнерство для розвитку міст ПРОМІС. Кей-стаді Брендінг і маркетинг територій. У чому секрет найбільш популярних міст України.

URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/Case_Study_PLEDDG_Regional_BrandingMarketing_2019.pdf

Жиляков В. Я.,
канд. техн. наук, доцент кафедры строительных конструкций
Баранова А. В.,
студентка 2-го курса факультета архитектуры, дизайна и
изобразительного искусства,
Харьковский национальный университет городского хозяйства
имени А. Н. Бекетова, Украина

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИРОДОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ СИСТЕМ ОХЛАЖДЕНИЯ ГЕНЕРАТОРОВ АЭС и ТЭС

Системы промышленного водоснабжения предназначены обеспечивать подачу воды на производство в требуемых количествах и соответствующего качества. Они состоят из комплекса взаимосвязанных сооружений – водозаборных устройств, насосных станций, водоводов, установок для очистки и улучшения качества воды, регулирующих и запасных ёмкостей, охладителей воды и разводящей сети трубопроводов.

Вода в промышленности и энергетике используется для конденсации и охлаждения газообразных и жидких продуктов химических и нефтехимических производств, для конденсации отработавшего пара после расширения его в паровых двигателях, отвода теплоты от маслоохладителей и оборудования в целях предохранения его от быстрого разрушения под влиянием высоких температур (например, цилиндров компрессоров, кладки производственных печей) и т. п.

В основном, для отвода тепла в различных производственных процессах используют градирни, искусственные или естественные водные бассейны.

Большинство современных градирен, используемых в системах оборотного водоснабжения, старше 30 – 50 лет. Это говорит о физическом и моральном устаревании установок. Следует также отметить, что при проектировании и строительстве большинства этих объектов закладывался критерий экономии материала, в результате чего их эффективность, на данный момент, оставляет желать лучшего. Разработчики прибегали к таким мерам, поскольку считали, что роль конструкции установки в системе охлаждения далеко не самая важная, хотя сейчас выясняется, что это далеко не так.

Использование же для производственных процессов искусственных или естественных водных бассейнов является малоэффективным и в результате длительного использования приводит к заболачиванию окружающей местности, нанося этим непоправимый вред окружающей среде.

Градирни имеют высокую производительность, но они уступают системе брызгальных бассейнов в сложности эксплуатации и обслуживания, а также в