

лікують рани подорожником або просто водою з озера чи криниці, не знімають з тіла кліщів і взагалі вірять у цілющу силу впливів природи на тіло»[5].

Деякі негативно ставлять до екопоселень, і навіть вважають їх сектами псевдоекологічної спрямованості. На їх думку екопоселенці, вкладають в голову інших людей: «залиште назавжди місто і все, що вас із ним пов'язує – роботу, захоплення, комфорт, близьких (якщо вони не поділяють ваших поглядів). Ви поїдете у далеке село, де будете жити в умовах ізоляції від суспільства, серед декількох таких само сімей. Вашою оселею, в ліпшому випадку, стане чужа напіврозвалена хата без комунікацій і зручностей. Але у ваші обов'язки входить давати безмежне щастя під час візитів журналістів чи гостей, захоплено розповідати їм, як тут усе чудово» [6].

Тому вибір залишається за кожним з вас, залишитися в комфортних, оснащених різними сучасними технологіями забруднених містах чи виживати в гармонії з природою.

Список використаних джерел

1. Українські екопоселення. Фото | Українська правда _Життя / Українська правда. – [Електронні текстові дані]: <https://life.pravda.com.ua/travel/2009/06/22/21907/>.
2. Роздуми про екопоселення – Рабів до раю не пускають! / Роздуми про екопоселення - [Електронні текстові дані]: <https://fil0saf.livejournal.com/131241.html>.
3. Українські екопоселення: ліжка з сіна, їжа з лопухів і щасливі люди / Українська правда життя - [Електронні текстові дані]: http://life.pravda.com.ua/travel/2009/06/22/21907/view_print.
4. Українські екопоселення .Фото | Українська правда. Життя / Українська правда - [Електронні текстові дані]: <https://life.pravda.com.ua/travel/2009/06/22/21907/>.
5. Найбільші міста світу за площею: Великі і крупні - Цікаві факти / Найцікавіші факти про все на світі - [Електронні текстові дані]: <http://cikavo.net/najbilsh-veliki-za-ploshheyu-mista-u-sviti/>.
6. Екопоселення. Секти псевдоекологічної спрямованості - Блог Ірини Кременовської/ Екопоселення - [Електронні текстові дані]: <http://blog.liga.net/user/ikremenovskaya/article/25554.aspx>.

Ясь Д.В., студентка гр. ЕПт-171

Науковий керівник – Поленкова М.В., к.е.н., доцент

Чернігівський національний технологічний університет (м. Чернігів, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ІТ-БІЗНЕС МОДЕЛІ

Гейтс значною мірою своїм успіхом завдячує саме унікальній здатності триматися попереду своїх конкурентів та наперед прогнозувати потреби споживачів.

Почати з передбачення майбутнього. Гейтс у баченні майбутнього спирався на закономірності, він сприйняв подвоєння комп'ютерної потужності за імпульс, що перетворить комп'ютерне залізо на звичайний товар, тоді як по-справжньому цінуватися в комп'ютерній індустрії буде програмне забезпечення. Ця здогадка була революційною та пророчною, як і впевненість в тому, що настане день, коли на кожному столі в кожній домівці буде персональний комп'ютер,- цю думку він висловив ще 1975 року.

Гейтс суворо контролював концепцію Microsoft брав керівництво на себе, коли потрібно було визначити можливий вплив тенденцій та його конкурентоспроможність. Щоб донести свої ідеї до співробітників, споживачів і партнерів, йому вистачало кількох слів. Можливо, саме тому і працівники компанії, і широкий загал ловили кожне слово, коли він пояснював свої плани на майбутнє.

Установити межі та пріоритети. Гейтс був непохитним щодо важливості спеціалізації та згодом пояснив: «Ми повинні якомога чіткіше визначити єдиний стратегічний курс. Є окремі тактичні напрямки, є окремі суперницькі баталії, але всі вони мають бути частиною однієї воєнної кампанії». Головною метою цієї воєнної стратегії Microsoft було домінування на ринку операційних систем. Другим фронтом були офісні застосунки, веб-браузер, серверна операційна система та інші додаткові програмні продукти.

Передбачити потреби споживачів. Гейтс здебільшого успішно копіював новачки інших компаній: стратегія Microsoft полягала переважно в тому, щоб дочекатися появи масового ринку, скопіювати базові пристрої лідерів галузі – операційні системи, застосунки, інтернет-браузери, а також інші товари й послуги, вийти на ринок з «досить непоганими» продуктами, а потім поступово вдосконалювати їх [1].

Узгодити потреби з можливостями. Наприкінці 1980-х років Гейтс почав інвестувати в розробку операційної системи, яка б замінила Microsoft , хоча остання була на ринку лише декілька років. Перша Microsoft була фактично графічною оболонкою для DOS. Гейтсу потрібна була нова версія, досить надійна в експлуатації, здатна задовольнити дедалі суворіші вимоги корпоративних клієнтів, а згодом і майбутніх споживачів. Щоб створити нову операційну систему з нуля, він найняв інженерів з великим досвідом роботи. Microsoft вийшов з першою версією Windows NT для бізнесу, а через вісім років представити Windows XP, створеного на базі програмного коду Windows NT.

Передбачити кроки конкурентів. Гейтс регулярно розсилав електронною поштою панічні вказівки для службового користування своїм безпосереднім підлеглим, попереджаючи їх, що нові конкуренти кидають виклик гегемонії Microsoft. 1996 року він указав своїй команді на потребу системно

проаналізувати роботу Netscape. Гейтс ніколи не почувався в безпеці та не заспокоювався. Навіть на піку свого успіху побоювався, що конкуренти можуть знищити їх за одну мить, якщо вони не будуть достатньо старанними. У результаті він розмірковував як аутсайдер тоді, коли весь світ бачив у ньому індустріального гіганта. Він примушував працівників усіх рівнів постійно прораховувати майбутні кроки конкурентів.

Побудувати бар'єри для конкурентів і заблокувати своїх споживачів. Для збереження клієнтури Гейтс час від часу повертався до тактики використання цінових механізмів. Продаючи виробникам комп'ютерів ліцензію на користування DOS і Windows, він пропонував їм альтернативу: платити високу ціну за встановлення кожної операційної системи окремо або заплатити значно менше за ліцензію, що враховує кількість реалізованих комп'ютерів. Стратегія ціноутворення також допомогла Microsoft завоювати та втримати покупців на ринку настільних комп'ютерів. Протягом 1980-х років програми Microsoft Word і Excel пасли задніх і не встигали за Lotus і WordPerfect. Щоб наздогнати Microsoft поєднала Word, Excel і PowerPoint в єдиний офісний пакет програмного забезпечення під назвою Microsoft Office і запропонувала на нього великі знижки. Обсяги продажів зросли від 567 млн до 4 млрд за 5 років.

Передбачити переломні моменти в розвитку галузі. Гейтс переконливо доводив, що розвиток інтернету веде до стратегічних змін, і що Microsoft конче потрібно очолити парад – стати найбільшою з гравітаційних сил, що спричиняють приплив. Він усвідомлював, якщо Microsoft зможе контролювати браузер та інтегрувати інтернет у Windows і Office? Вона нейтралізує загрозу та поширить свій вплив від ПК до інтернету. Гейтс був справжнім експертом у визначенні стратегічних переломних моментів, зокрема через маніакальне очікування загрози для свого бізнесу. Він був зосереджений на майбутньому та тримав у пам'яті уроки минулого. Як наслідок, майже жодного разу не змарнував шанс скористатися викликом, який кидав йому бізнес, і завжди знаходив час у своєму шаленому графіку, щоб розглянути, дослідити й проаналізувати можливі варіанти відповідей на кожен нову загрозу [2].

Здійснити потрібні зміни та дотримуватися обраного курсу. Підхід до керівництва Microsoft є цьому підтвердженням. У перших версій продуктів було мало прихильників, та, якщо вже Гейтс одного разу визначив свої стратегічні пріоритети, жодні несхвальні відгуки або низький рівень продажів не змогли змінити його думку. Він виявив наполегливість, коли вирішив вивести Microsoft на ринок програмного забезпечення для серверів. Якщо сервери зрештою стануть важливішими за ПК, інші фірми можуть похитнути репутацію як лідера в галузі програмних платформ. Гейтс відповів на цю загрозу версією серверної операційної системи Windows NT. Так само, коли Гейтс помітив, що на компанію насувається «припливна хвиля інтернету», а разом з нею – ризик появи застосунків, які будуть доступні через веб-браузери та скасують потребу у Windows, він спрямував величезні ресурси на розробку власного браузера Internet Explorer.

Висновок: Гейтс ніколи не був одержимий досконалістю. Це прагматик, якого цікавила розробка продуктів і промислових платформ, здатних стати лідерами масового ринку. Він швидко постачав продукт на ринок, а потім вже допрацьовував і поліпшував. Він мислив і мріяв глобальними категоріями: будував плани не стільки для себе, скільки для галузі в цілому і навіть для всього світу. Гейтс був у якійсь мірі параноїком: він усвідомлював, що успіх в стрімко мінливій галузі вимагає невсипущої пильності. Він жив, озирюючись, і чатував, не наступають йому на п'яти талановиті люди — такі ж, як він сам.

Список використаних джерел

1. Стратегії геніїв п'ять найважливіших уроків від Біла Гейтса, Енді Гроува та Стіва Джобса; Майкл А. Кусумано і Девід Б. Йоффі, клуб сімейного дозвілля, Харків 2017.
2. Вікіпедія <https://ru.wikipedia.org>
3. Пізнай все <https://uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-stiv-dzhobs.html>

Мороз Є.А., студентка гр. ЕПт-171

Науковий керівник – Поленкова М. В., к.е.н., доцент.

Чернігівський національний технологічний університет (м. Чернігів, Україна)

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СТИВА ДЖОБСА

Перш ніж критикувати, чи навпаки вихвалити Стіва Джобса, пропоную розглянути Вам модель побудови бізнесу та оцінити ефективність стратегії побудови бізнесу Джобса.

Видатний стратег не озирався назад, щоб порахувати шлях уперед, натомість зазірав у майбутнє і відраховував назад. Тобто Джобс спочатку уявляв яку компанію він хоче побачити в майбутньому, а вже потім робив так звані «кроки назад», приходячи до сьогоденного стану компанії маючи уже стратегію та план для виконання. На практиці це можна представити так: побач свою компанію в майбутньому, та встанови пріоритети для розвитку; передбач потреби споживачів та узгодь їх зі своїми можливостями; передач конкурентів та створи для них бар'єри; передбач переломні моменти та зроби відповідні зміни, щоб