

СУТНІСТЬ БІЗНЕСУ, УМОВИ ТА ФАКТОРИ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ

Потапова Ю., Завгородня І.

Науковий керівник – Н.О.Коломієць, доцент

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка. 61050, Харків, Московський проспект, 45, кафедра «Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»

тел.0662573308, E-mail kaf_ptbd@ukr.net

Розвиваючи бізнес ідею, комерційну стратегію, підприємницьку діяльність кожен бізнесмен, суб'єкт діяльності спрямованої на отримання прибутку інкримінує суб'єктивні умови та фактори розвитку комерційної справи, заснованої на власному досвіді, ситуації обраного ринку тощо.

Тому висвітлені в даному тексті тези і думки є персональним баченням автора сучасного підґрунтя для розвитку і векторів просування власної справи.

Бізнес - комерційна, біржова або підприємницька діяльність як джерело наживи в капіталістичному світі.

Підприємницька діяльність - самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик, господарська діяльність із метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

За основами економічної теорії сутністю кожного бізнесу, або підприємницької діяльності є отримання прибутку, фінансового блага.

На думку автора, на даному етапі розвитку людства, відповідно до філософії грошового обігу, трендів і тенденцій - на успіх, як фактор здійснення найважливішу роль відіграє маркетинг.

Маркетинг — це діяльність, спрямована на досягнення цілей підприємств, установ, організацій шляхом формування попиту та максимального задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі призначення маркетингу полягає в «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Кожен фізичний бізнес як обов'язкову умову існування і розвитку, очевидно окрім таких речей як стартовий капітал, бізнес-план, стратегії розвитку і моделі функціонування, безпелаяційно включає в себе рекламну кампанію.

Реклама — популяризація товарів, видовищ, послуг, закладів, івентів та проектів з метою привернути увагу покупців, споживачів, глядачів, замовників, інвесторів тощо, поширення інформації про когось, щось для створення популярності, а також візуальна та інша медіа-продукція — плакати, оголошення, відеокліпи, що використовуються як засіб привертання уваги потенційних споживачів.

Отже, в наш час, товари з грамотно організованими рекламними проектами (в більшій мірі мова ведеться про соціальні мережі, коментарі медіа облич, блогерів), справляють значне враження на потенційних клієнтів, котрі бажають отримати емоційно нав'язане благо, слідкувати трендам. Тим самим часто ігноруючи сумнівну якість товару чи послуги, сприймаючи реальну критику за чорний піар, що в свою чергу окремих феномен. Адже людині притаманно виправдовуватись у марнотрацтві перед іншими і собою.