



СЕКЦІЯ 1 «ГУМАНІТАРНІ І ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ»

Леон Василюк
науковий керівник
к.е.н., доц. Баран Р.Я.
ІФННІМ THEY

ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток інформаційних технологій за останнє десятиліття докорінно змінив підхід бізнесменів до своєї діяльності. Доступ до ресурсів глобальної інформаційної мережі Інтернет відкрив нові можливості для комерції. Інтернет, будучи інструментом ведення бізнесу, істотно підвищує швидкість і динаміку взаємовідносин бізнес-партнерів у разі правильного використання цього інструменту.

Інтеграція підприємства в інформаційну економіку з використанням електронної комерції потребує розробки можливої послідовності дій, яка б забезпечила, перш за все, вибір оптимальної моделі електронної комерції і ефективне її функціонування в майбутньому.

Якщо підприємство тяжіє до реалізації більш ускладнених моделей електронної комерції, що потребують виваженого підходу, обдуманих управлінських рішень, залучення значних трудових, фінансових, інформаційних та інших ресурсів, тоді виникає необхідність розробки алгоритму, тобто можливої послідовності дій, який би забезпечив, перш за все, вибір оптимальної моделі і ефективне її функціонування в майбутньому.

У якості ключових можна запропонувати виділити кілька етапів впровадження підприємством електронної комерції. Кожний із запропонованих етапів підлягає деталізації відповідно до обумовлених ним задач, що потребують рішення.

Перший етап спрямований на підготовку інформаційної бази для обґрунтування подальших управлінських рішень, пов'язаних з розробкою проекту електронної комерції. Він полягає у проведенні оцінки сприятливості зовнішнього середовища, що передбачає збір й аналітичну обробку інформації про сучасні тенденції розвитку електронної комерції, зокрема в Україні.

Також у межах цього етапу необхідно провести оцінку готовності підприємства, що дозволить виявити його потенціал, а саме: наявність необхідних ресурсів (інформаційних, трудових, фінансових тощо), що забезпечують сприятливі умови, потрібні для ефективного використання електронної комерції.

Другий етап – розробка проекту, перш за все, передбачає вибір оптимальної моделі, яка найкраще забезпечить досягнення тих цілей і виконання тих задач, які покликана вирішувати електронна комерція на



підприємстві. А також формування бюджету проекту, оцінку ефективності передбачених інвестицій.

Третій етап – безпосередньо впровадження проекту. Рекомендуємо реалізовувати даний етап одразу з обов'язковим залученням фахівців з Web-технологій, а не застосуванням майстрів-самоучок і подальшою повною переробкою і форми, і змісту сайту, і інструментів Інтернет-технологій.

Четвертий етап – контроль за функціонуванням електронної комерції. Він передбачає проведення оцінки ефективності використання електронної комерції за попередньо розробленою методикою, а також її підтримку в актуальному стані згідно з вимогами ринку, дослідження наявних тенденцій.

П'ятий етап – розробка можливих напрямів удосконалення електронної комерції – передбачає прийняття рішень, що можуть бути пов'язані з розширенням сфери її застосування, ускладненням або реорганізацією діючої моделі, з переходом і запровадженням електронного бізнесу.

Таким чином, запропонований алгоритм може стати у нагоді вітчизняним підприємствам, які мають на меті інтеграцію в інформаційну економіку і які вже запровадили електронну комерцію поряд із традиційною діяльністю.

Виокремлення цих етапів дозволяє визначити ті важливі питання, що потребують виважених й своєчасних управлінських рішень і від прийняття яких буде залежати вибір щодо впровадження оптимальної моделі електронної комерції відповідно до поставлених перед нею цілей та задач, її ефективне функціонування, перспективи з її вдосконалення в майбутньому, ступінь інтеграції підприємства в інформаційну економіку.

Список використаних джерел:

1. Пушкарь А.И. *Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы)*. Научное издание / А.И. Пушкарь, Е.Н. Грабовский, Е.В. Пономаренко. - Харьков: Изд. ХНЕУ, 2005. - 480 с.

2. Rayport J.F., Jaworski B.J. *Introduction to e-Commerce*. – New York: McGraw-Hill, 2002. – 664 p.

Олег ЛЕВАНДОВСЬКИЙ
науковий керівник
к.е.н., доц. Баран Р.Я.
ІФННІМ ТНЕУ

ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток інформаційних технологій за останнє десятиліття докорінно змінив підхід бізнесменів до своєї діяльності. Доступ до ресурсів глобальної інформаційної мережі Інтернет відкрив нові можливості для комерції. Інтернет, будучи інструментом ведення бізнесу, істотно підвищує швидкість і динаміку