

тенденции развития: соотношение рекламы к стимулированию продаж находится на уровне 70:30. Разработанные автором модели коммуникационного рынка, медиа коммуникаций и не-медиа коммуникаций позволяют на основе прогнозных данных разработать эффективную стратегию управления маркетинговыми коммуникациями. Между розничным товарооборотом и коммуникационным рынком Украины существует устойчивая связь, с помощью которой можно регулировать макроэкономические показатели и формировать стратегию развития национальной экономики.

Список использованных источников:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2012. – 480 с.
2. Маллин Р., Камминс Д. Стимулирование продаж. Распродажи, подарки, скидки, купоны и другие инструменты повышения спроса / Р. Маллин, Д. Камминс; пер с англ. Е. Яценко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013. – 352 с.
3. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2012. – 720с.
4. Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. – 7-е изд. – СПб: Питер Пресс, 2008. – 512с.
5. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник; – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.
6. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.adcoalition.org.ua>
7. Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Ключові слова: комунікаційний ринок, діагностика, кореляційно - регресійний аналіз, маркетингові комунікації, медіа комунікації, не-медіа комунікації, стимулювання продажів, роздрібний товарооборот.

Ключевые слова: коммуникационный рынок, диагностика, корреляционно - регрессионный анализ, маркетинговые коммуникации, медиа коммуникации, не-медиа коммуникации, стимулирование продаж, розничный товарооборот.

Keywords: market of communications, diagnostics, correlation - regression analysis, marketing communications, media communications, non - media communications, sales promotion, retail commodity turnover.

УДК 658.5

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Голіонко Н.Г., асистент кафедри стратегії підприємств, Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана», м. Київ

Голіонко Н.Г. Проблеми і перспективи розвитку електронного бізнесу на вітчизняних підприємствах.

У статті проаналізовано еволюцію вітчизняної моделі електронного бізнесу, визначені основні ускладнення та перспективи його становлення. Зазначено, що експоненціальний розвиток електронного ринку – є головною особливістю постіндустріального суспільства. Важливими аспектами електронного ведення бізнесу є зміни у структурі і культурі світового ринку на користь мережевих характеристик, перехід до інтернет-маркетингу з можливістю здійснення прямих продажів (скорочуючи витрати і вартість товару) для кінцевого споживача, зміна підходу до функцій логістики, яка стає фактором номер один, що визначає конкурентоспроможність підприємства. Визначено, що інтернет - мережа надає безліч можливостей, ефективність яких доведена результатами діяльності закордонних і вітчизняних компаній. Проте більшість підприємств традиційних секторів економіки не застосовують в повній мірі інструментарій електронного бізнесу, що обмежує коло постачальників і партнерів, стримує вихід на міжнародні ринки, сприяє недоотриманню прибутків та уповільнює розвиток підприємств. Подальший перехід до е-бізнесу є ускладненим через недосконалість законодавчої бази, недостатню розробку питань організації змін, управління підприємством під час переходу, застережний світогляд керівництва щодо діяльності в мережі. Запропонований алгоритм переходу до електронного ведення бізнесу, на нашу думку, сприятиме ефективній організації планування, підготовки і реалізації процесу переходу до діяльності в Інтернет. Запропоновано і обґрунтовано послідовність етапів переходу до електронного бізнесу.

Голионко Н.Г. Проблемы и перспективы развития электронного бизнеса на отечественных предприятиях.

В статье проанализирована эволюция отечественной модели электронного бизнеса, определены основные осложнения и перспективы его становления. Отмечено, что экспоненциальное развитие электронного рынка - является главной особенностью постиндустриального общества. Важными аспектами электронного ведения бизнеса являются изменения в структуре и культуре мирового рынка в пользу сетевых характеристик, переход к интернет-маркетингу с возможностью осуществления прямых продаж (сокращая расходы и стоимость товара) для конечного потребителя, изменение подхода к функциям логистики, которая становится фактором номер один, что определяет конкурентоспособность предприятия. Определено, что интернет - сеть предоставляет множество возможностей, эффективность доказана результатами деятельности зарубежных и отечественных компаний. Однако большинство предприятий традиционных секторов экономики не применяют в полной мере инструментарий электронного бизнеса, ограничивает круг поставщиков и партнеров, сдерживает выход на международные рынки, способствует недополучению прибыли и замедляет развитие предприятий. Дальнейший переход к е-бизнесу затруднен из-за несовершенства законодательной базы, недостаточной разработки вопросов организации изменений, управления предприятием при переходе, ограничивающий мировоззрение руководства по деятельности в сети. Предложенный алгоритм перехода к электронному ведению бизнеса, будет способствовать эффективной организации планирования, подготовки и реализации процесса перехода к деятельности в Интернет. Предложена и обоснована последовательность этапов перехода к электронному бизнесу.

Golionko N. Problems and prospects of e-business development on domestic enterprises.

In the article evolution of the domestic model of electronic business is analyzed, the main complications and prospects of its formation are defined. It is noted that the exponential development of the electronic market - is the main feature of post-industrial society. Important aspects of electronic business are changes in structure and culture of the world market in favor of the network characteristics, transition to the internet marketing with possibility of implementation of direct sales (cutting down expenses and goods cost) for the end user, approach change to functions of logistics which becomes a factor number one that defines competitiveness of the enterprise. It is defined that the Internet - a network provides a set of opportunities, efficiency is proved by results of activity of the foreign and domestic companies. However the majority of the enterprises of traditional sectors of economy don't apply fully tools of electronic business, limits a circle of suppliers and partners, constrains an entry into the international markets, promotes short-reception of profit and slows down development of the enterprises. Further transition to e-business is complicated because of imperfection of the legislative base, insufficient development of questions of the organization of changes, business management upon the transition, warning outlook of the guide to activity in a network. The offered algorithm of transition to electronic business, in our opinion, will promote the effective organization of planning, preparation and realization of process of transition to activity in the Internet. A reasonable sequence of steps and the transition to e-business is offered.

Постановка проблеми. З ростом глобалізації світової економіки Інтернет неминує нарощувати вагу як засіб ведення комерції. Зростаючі обсяги електронних продажів свідчать, що електронна комерція має визначні перспективи. Електронні ринки є більш ефективними при створенні нових товарів і послуг, незамінними при пошуку постачальників, клієнтів і партнерів. Безперечними перевагами електронного бізнесу є його світовий масштаб, висока ефективність, цілодобова присутність і можливість надання нових послуг на основі Інтернет-технологій. Подальше розширення сфери електронного бізнесу визначатиметься передовсім розвитком техніки, інтернет-технологій і систем, залежатиме від сприятливих умов доступу до мережі Інтернет та від конкретних переваг, які отримає бізнес-сектор від використання інструментів електронної комерції у власній діяльності. Проте переведення бізнесу підприємств традиційних секторів економіки на «електронні рейки» стримується через складність вирішення проблем законодавчого, інфраструктурного та соціально-психологічного характеру.

Досвід провідних світових держав (США, Канади, країн ЄС) засвідчує, що електронна комерція посідає чільне місце в системі основних пріоритетів цих країн і є потужним важелем економічного росту, необхідною платформою для переходу національних економік на якісно новий виток розвитку. Подібний досвід підтверджує доречність і обумовлює актуальність пошуку нових ефективних способів розвитку електронного бізнесу на вітчизняних підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом у науковому і бізнес-середовищі обговорюються проблеми забезпечення клієнт орієнтованого підходу у електронній комерції, організаційного розвитку господарюючих суб'єктів враховуючи можливість Інтернет, створення відповідної команди менеджерів здатних розвивати корпоративну культуру компанії в інтернет-середовищі, забезпечення безпечних умов мережевої діяльності, органічного поєднання підприємствами традиційного та електронного способу ведення бізнесу [1,2,3]. Триває пошук нових джерел конкурентних переваг традиційних підприємств у електронному середовищі. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій обумовлює необхідність проактивних управлінських рішень з боку керівництва компаній з метою забезпечення їх довготривалого розвитку у електронній економіці.

Метою цієї статті є узагальнення і систематизація сучасних поглядів на проблеми розвитку вітчизняного електронного середовища та пошук можливих шляхів переходу до електронного ведення бізнесу підприємствами України.

Результати дослідження. Дійсно, наші нащадки не зможуть зрозуміти, яким чином ринок міг функціонувати без Інтернет. Експоненціальний розвиток електронного ринку – є головною особливістю постіндустріального суспільства. Важливими аспектами електронного ведення бізнесу є зміни у структурі і культурі світового ринку на користь мережевих характеристик, перехід до інтернет-маркетингу з можливістю здійснення прямих продажів (скорочуючи витрати і вартість товару) для кінцевого споживача, зміна підходу до функцій логістики, яка стає фактором номер один, що визначає конкурентоспроможність підприємства.

Розуміючи переваги електронного ринку вітчизняні науковці і дослідники пропонують ряд підходів і моделей, які б дозволили українським підприємствам здійснити впровадження відповідних технологій і перейти до електронного ведення бізнесу. Наукові пошуки стосуються питань моделювання розвитку електронного бізнесу, визначення шляхів створення підтримуючого програмного середовища відповідно до критеріїв успішного ведення бізнесу, обґрунтування доцільності та можливості створення мережевих підприємств як форми організації електронного бізнесу, стратегічного управління е-бізнесом. Дослідження описують застосування технологій електронного бізнесу банками, біржами, компаніями різних сфер діяльності. Автори аналізують заходи щодо організаційного забезпечення процесу інтеграції е-бізнесу, існуючі системи безпеки, можливі моделі та напрямки розвитку електронного бізнесу. Проведений аналіз свідчить про значний інтерес з боку науковців і практиків до еволюції е-бізнесу (що пов'язано з високою ефективністю західних компаній, які освоюють електронну комерцію) і одночасно про існуючі проблеми. Зокрема, в частині розвитку інформаційних ресурсів присутня стихійність вибору і відсутність механізмів формування і розвитку ІС і технологій, відсутність зв'язку зі стратегією підприємства, недостатній практичний рівень інтеграції наявних внутрішніх інформаційних систем підприємства з новими системами (додатками) взаємодії з клієнтами і партнерами, та Інтернет-додатками, призначеними для відвідувачів сайтів. Отже, нагальним є питання створення відповідної інфраструктури, яка дозволить здійснювати ефективну взаємодію між керівництвом та співробітниками і клієнтами. Це дозволить підприємству використовувати Інтернет не тільки як засіб комунікації, але й як один з основних інструментів ведення бізнесу.

Погоджуючись з тезами щодо потреби розвитку електронного співробітництва, на нашу думку, при переході до моделі електронного бізнесу промисловим підприємствам доцільно застосовувати триєдиний підхід, який передбачає використання взаємопов'язаних один з одним процесів:

- § перегляд стратегії та концепції підприємства;
- § реінжиніринг бізнес-процесів;
- § структурна перебудова підприємства.

Еволюція підприємства починається зі стратегічного рішення. Необхідність перегляду і переосмислення організаційної структури управління підприємством, як правило, викликають зовнішні зміни, зокрема, розвиток Інтернет та ІТ. В результаті їх аналізу приймаються певні тактичні рішення щодо трансформації (реінжинірингу) бізнес-процесів підприємства. В останню чергу відбувається реструктурування підприємства, яке зачіпає політики різних сфер діяльності підприємства, робочі процедури, оперативні рішення, рольові функції і повноваження. Одночасно може відбуватися впровадження корпоративної інформаційної системи (КІС), як платформи е-бізнесу і побудова системи управління «як має бути» (рис.1).

Причому з точки зору цільового та ситуаційного підходів під час переходу слід зважати на еволюцію е-бізнесу і її вплив на підприємство, та його партнерів і клієнтів. Важливим є питання «підтягування» партнерів і споживачів до відповідного рівня з метою можливості співпраці з ними у електронному форматі.

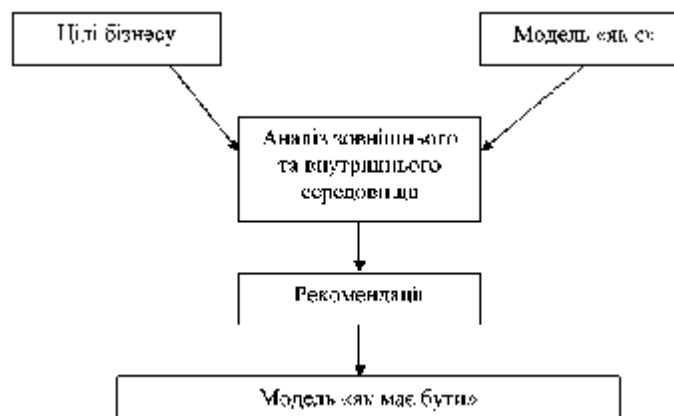


Рис. 1. Схема переходу підприємства до е-бізнесу

Спираючись на дослідження праць західних і вітчизняних науковців [1,2,3,4,5] щодо розвитку електронного бізнесу з метою сприяння подолання проблем переходу до діяльності в Інтернет та відповідно до

запропонованої схеми, автором розроблено послідовність етапів (алгоритм) переходу до електронного ведення бізнесу:

1. Здійснення аналізу галузі (щодо наявності передумов ведення е-бізнесу) доцільно проводити у розрізі як економічних показників та рівня розвитку технологій, так і за параметрами характеру конкуренції та інтенсивності конкурентних сил.

2. Аналіз ресурсних можливостей підприємства, що визначатимуть ступінь його готовності і можливості пристосування до функціонування у новому середовищі. Детально слід проаналізувати як наявні ресурсні складові (персонал, технології, фінанси, інформаційні потоки), так і внутрішні характеристики компанії (стиль управління, стратегію, структуру тощо). Ступінь формалізації стратегії підприємства, регламентованості і документованості його бізнес-процесів прямо пропорційний готовності підприємства до переходу у е-бізнес.

3. Попередній вибір моделі переходу до електронного бізнесу автори [2,3] пропонують здійснювати виходячи з привабливості Інтернет-ринку для підприємства та ступеня готовності підприємства до інтеграції. За кожним показником обраховується відповідний інтегральний коефіцієнт (за допомогою методу експертних оцінок за участю спеціалістів підприємства, зовнішніх консультантів і галузевих експертів шляхом ранжування показників за ступенем важливості для конкретного підприємства) та створюється матриця оцінки. Перехід до електронної бізнес-моделі передбачає такі варіанти: «нова фірма», «аутсорсинг», «повна трансформація», «нова структура», «точкове використання»[3].

4. Розробка стратегії електронного бізнесу складається з декількох етапів. Починається вона з дослідження «мережевої готовності» підприємства, чотирма головними аспектами якої є лідерство, управління, компетентність і технології, які відповідають стратегічному, оперативному, управлінському і технічному рівням. Ці аспекти вимірюються відповідно до прийнятих критеріїв. За умови позитивного результату готується план розвитку електронного бізнесу підприємства, важливою складовою якого є стратегія впровадження корпоративної інформаційної системи як технологічної платформи е-бізнесу. Відповідно до обраної моделі переходу у е-бізнес відбувається оцінка діючих на підприємстві ІТ і систем щодо забезпечення ними функцій, які будуть перенесені у Мережу. Також проводиться оцінка персоналу підприємства, його навчання відповідно до роботи у Мережі.

5. Організація представництва підприємства у Мережі передбачає створення (вдосконалення наявного) комерційного сайту, на якому відображено інформацію про компанію, її продукцію, особливості, конкурентні переваги. Електронні канали зв'язку можуть бути використані також для обміну даними з постачальниками і партнерами, проведення певних маркетингових експериментів у Мережі.

6. Процес впровадження корпоративної інформаційної системи (КІС) на підприємстві є важливим етапом, який передбачає розробку і обґрунтування проекту КІС, її пілотну експлуатацію і послідовне впровадження на підприємстві з обов'язковою організацією системи захисту інформації, навчання персоналу.

7. Створення комерційних бізнес-проектів передбачає здійснення вибору напрямків реалізації діяльності підприємства у Мережі за моделями B2B (business to business), B2C (business to consumer) та інші, визначення цільових сегментів ринку та організацію діяльності відповідно до обраної моделі.

8. Здійснення після продажно́ї підтримки споживачів та мережева координація ділових транзакцій є важливим елементом управління підприємством за допомогою електронних технологій. На цьому етапі особливо важливим є ефективне управління інформаційними потоками, отримання позитивної зворотної реакції споживачів, аналіз кон'юнктури ринку, обов'язкове проведення фінансового аналізу транзакцій. Міжнародний досвід між корпоративною співпрацею підприємств засвідчує важливу роль після продажно́ї підтримки споживачів з метою налагодження довгострокових результативних стосунків.

9. Створення корпоративних порталів і торгівельних майданчиків є етапом взаємодії стратегічних партнерів у мережевому співтоваристві. Така співпраця може відбуватися шляхом взаємної підтримки комерційної діяльності партнерів з метою отримання синергетичного ефекту при створенні доданої вартості у бізнесі. В Україні тільки починає формуватися B2B-ринок, тому вітчизняні підприємства поки що не мають можливостей для здійснення ефективної між корпоративною співпрацею.

Вітчизняні підприємства, стратегічні наміри яких пов'язані з діяльністю у Інтернет-просторі, знаходяться сьогодні на етапі представництва у Інтернет або впровадження КІС. Подальший перехід до е-бізнесу є ускладненим через недосконалість законодавчої бази, недостатню розробку питань організації змін, управління підприємством під час переходу, застережний світогляд керівництва щодо діяльності в мережі. Запропонований алгоритм переходу до електронного ведення бізнесу, на нашу думку, сприятиме ефективній організації планування, підготовки і реалізації процесу переходу до діяльності в Інтернет.

Висновки. Узагальнюючи наведені вище результати дослідження проблем розвитку е-бізнесу маємо зробити такі висновки. Динамічний розвиток вітчизняного ринку електронної комерції з щорічним зростанням останніми роками на 25-30% є досить переконливим свідченням потужного потенціалу нового виду діяльності – електронного ведення бізнесу. Мережа надає безліч можливостей, ефективність яких доведена результатами діяльності закордонних і вітчизняних компаній. Проте більшість підприємств традиційних секторів економіки не застосовують в повній мірі інструментарій електронного бізнесу, що обмежує коло постачальників і партнерів, стримує вихід на міжнародні ринки, сприяє недоотриманню прибутків та уповільнює розвиток підприємств. Послідовне виконання етапів запропонованого в роботі алгоритму переходу до е-бізнесу сприятиме вирішенню вказаних задач.

Список використаних джерел:

1. А. Хартман, Д. Сифонис Стратеги успеха в Интернет-экономике. – М.: Издательство «Лори», 2001. – 274с.
2. Пушкар А.И. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы), Научное издание / А.И.Пушкар, Е.Н.Грабовский, Е.В.Пономаренко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 480с.
3. Дубницький В.И., Лозикова А.Н. Эволюция, сущность, классы, инструментарий электронного бизнеса / НАН Украины. Ин-т экономики промышленности, ДЭГИ. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 86с.
4. Быков В.А. и др. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности. – М.: Радио и связь, 2002.
5. Голіонко Н.Г. Електронні технології у фінансовому управлінні підприємствам, Наукове видання / Кістерський Л.Л., Якушик І.Д., Липова Т.В., Голіонко Н.Г.: Управління фінансами малого та середнього бізнесу. – Київ, видавництво «Леся», 2008. – 410 с.

Ключові слова: електронний бізнес, інформаційні технології, управління підприємством, корпоративна інформаційна система.

Ключевые слова: электронный бизнес, информационные технологии, управление предприятием, корпоративная информационная система.

Key words: electronic business, information technology, management of enterprise, corporate information system.

УДК 339.96

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ФОНДАМИ ЄС ТА ІНШИХ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Липова Т.В., к.е.н., доцент Національної академії статистики, обліку та аудиту Держкомстату України

Липова Т.В. Євроінтеграційні механізми управління фондами ЄС та інших міжнародних організацій.

Проаналізовано досвід Польщі та роль її основних державних інституцій в управлінні фондами ЄС та інших міжнародних організацій з метою інтеграції країни до ЄС та прискорення ринкових трансформацій і використання досвіду для реалізації євро інтеграційного курсу України. Визначено, що у зв'язку з наближенням перспективи підписання Угоди про асоціацію між Європейським Союзом (ЄС) та Україною на порядку денному все актуальнішим стає необхідність інтенсифікації реформування економіки та інших секторів України та наближення до європейських стандартів. Визначено, що успішний досвід Польщі може стати позитивним прикладом для України, перш за все, через історичні зв'язки Польщі, її географічну близькість та розмір, робить її практичним прикладом для України, успішним у багатьох сферах, включаючи державне управління. Зазначено, що процес наближення до асоціації України з ЄС має передбачати запровадження такої системи державного управління, яка буде спроможною сприйняти та довести до всіх внутрішніх учасників чисельні та складні вимоги гармонізації з правилами та стандартами ЄС.

Липова Т. В. Евроинтеграционные механизмы управления фондами ЕС и других международных организаций.

Проанализирован опыт Польши и роль ее основных государственных институтов в управлении фондами ЕС и других международных организаций с целью интеграции страны в ЕС и ускорения рыночных трансформаций и использование опыта для реализации евроинтеграционного курса Украины. Определено, что в связи с приближением перспективы подписания Соглашения об ассоциации между Европейским Союзом (ЕС) и Украиной в повестке дня все актуальнее становится необходимость интенсификации реформирования экономики и других секторов Украины и приближения к европейским стандартам. Определено, что успешный опыт Польши может стать положительным примером для Украины, прежде всего, в силу исторических связей, ее географическую близость и размер, делает ее практическим примером для Украины, успешным во многих сферах, включая государственное управление. Отмечено, что процесс приближения к ассоциации Украины с ЕС должно предусматривать введение такой системы государственного управления, которая будет в состоянии воспринять и довести до всех внутренних участников многочисленные и сложные требования гармонизации с правилами и стандартами ЕС.