

програмного забезпечення; 3. Побудова майбутньої моделі діяльності підприємства, внесення змін в організаційну структуру; 4. Розробка стандартів та проектної документації; 5. Впровадження пілотної системи управління інформацією; 6. Навчання користувачів системи; 7. Затвердження проектної документації; 8. Підключення до системи всіх користувачів, введення системи у промислову експлуатацію; 9. Оцінювання та аналіз кількісних та якісних змін основних та забезпечуючих бізнес-процесів, як результату впровадження інформаційної системи управління.

Такий порядок етапів життєвого циклу інформаційної системи управління обумовлений наступними чинниками: відповідність загальним теоретичним умовам впровадження інформаційної системи управління на підприємстві; етапи життєвого циклу враховують принципи процесного підходу в управлінні, оскільки дотримується послідовність виконання функцій. Іншим фактором, що впливає на складність управління впровадженням інформаційної системи управління є наявність зв'язку між технологіями у процесі використання програмного забезпечення.

Література

1. Neteba, I. Using of notions of composition alconcept of management efficiency forevaluation of information system sattheenterprise. Proceedings of the International Academic Congress «European Research Area: Status, Problemsand Prospects»Latvia, Riga, 01–02 September 2016. pp. 123-124.

2. Post, Gerald V., Anderson David Lee Management Information Systems Solving Business Problems with Information Technology. Management information systems. 2003. 529 p.

Ніколаєв І. В.

кандидат економічних наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Для сучасного бізнесу інформаційної епохи характерним є постійне зростання можливостей, що, своєю чергою, спричиняє покращення якості товарів та послуг і, як наслідок, зростання конкуренції в глобальних масштабах. Здійснюється постійна модернізація бізнес-процесів, змінюються способи організації бізнесу та запроваджуються системи автоматизації.

У процесі стрімкого розвитку інформаційних технологій значними темпами зростають обсяги мережевої економіки. Сьогодні електронна комерція стала не тільки одним з основних напрямів в економіці, але й невід'ємною частиною економічної і соціальної діяльності людей.

Електронна комерція в Україні протягом останніх років демонструє значні обсяги зростання в порівнянні з іншими країнами, в яких електронний бізнес характеризується ширшим ступенем проникнення на ринки, що свідчить про значний потенціал її розвитку в нашій країні. Незважаючи на це, сьогодні існує низка факторів, що заважають ефективному розвитку цифрового бізнесу, зокрема на інституційному, законодавчому та технічному рівнях.

Метою дослідження є визначення факторів конкурентоспроможності компаній, зайнятих у сфері електронної комерції, а також аналіз інституційної та правової бази функціонування електронної комерції в Україні.

Більшість дослідників під електронною комерцією розуміють будь-яку ділову активність із купівлі-продажу, що проводиться через мережу Інтернет, у результаті якої право користування або право власності на товар чи послугу передається від одного контрагента до іншого, без потреби безпосереднього фізичного контакту [3].

Електронну комерцію визначають також як форму торгівлі продуктами діяльності за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем, що включає всі торгові та економічні транзакції та бізнес-процеси, які безпосередньо обслуговують такі транзакції [2], або як форму бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням інтернет-технологій [4].

У Законі України «Про електронну комерцію» термін «електронна комерція» трактується як суспільні відносини, що виникають при укладанні та/або виконанні правочину з постачання електронних товарів та/або продажу/постачання товарів, виконання робіт, надання послуг/електронних послуг та/або здійснення інших дій, спрямованих на отримання прибутку, створення зобов'язань з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, якщо в результаті вказаних дій в учасників таких відносин виникають зобов'язання майнового характеру.

Прийняття закону спростить життя і покупцям, і інтернет-магазинам. Також це призведе до збільшення конкурентоспроможності підприємств, розширенню і глобалізації ринків, сприяє залученню уваги іноземних інвесторів до України і поліпшить її інвестиційний клімат.

На підставі виду взаємодії об'єктів системи електронної комерції умовно розрізняють такі типи: 1) B2B (бізнес – бізнесу) – взаємодія бізнес-структур у сфері електронної комерції (надання маркетингових, інформаційних послуг через інтернет, інтернет-тендери, продаж обладнання для бізнесу тощо); 2) B2G (бізнес – державі) – взаємодія держави та бізнес-структур (різноманітні електронні рішення, які пропонують підприємці державній владі, наприклад: FedCenter.com є електронним ринком для федерального уряду США, PowerTrust.com – електронний оператор на енергетичному ринку США, StateGovCenter.com – електронний ринок, на якому місцеві органи влади закупають необхідну продукцію); 3) B2C (бізнес – клієнту) – система електронної торгівлі, орієнтована на кінцевого споживача (інтернет-магазини роздрібною торгівлі); 4) C2C (клієнт – клієнту) – система електронної комерції,

яка формується на основі взаємодії покупців між собою (приклад – інтернет-аукціон eBay); 5) G2B (держава – бізнесу) – набір програмних і апаратних засобів для взаємодії онлайн виконавчої влади і комерційних структур з метою підтримки і розвитку бізнесу. До систем G2B можна віднести інформаційні веб-сайти органів влади.

Найрозвинутішою у світі є електронна комерція B2B (близько 80 % всіх обсягів), проте в країнах, що розвиваються, зокрема і в Україні, переважає оборот у секторі B2C. Поступово, в процесі зростання й насичення ринку електронної комерції, частка моделі B2C буде зменшуватися, поступаючись місцем іншим моделям.

Протягом останніх п'яти років український ринок електронної комерції демонстрував щорічне зростання на рівні 40–50 % незалежно від перманентних економічних коливань, що свідчить про потужний потенціал цього бізнес-сегменту. За оцінкою дослідницької компанії «GfK», обсяг ринку електронної комерції в Україні за підсумками 2017 р. становив близько 8,5 млрд дол.[1]

Ринок електронної комерції в сегменті B2C розподіляється в Україні між кількома основними товарними категоріями, серед яких переважає категорія «електроніка та техніка», що займає 42,2 % ринку.

За різноманітністю асортименту й цінами Інтернет-магазини формують серйозну конкуренцію стандартним магазинам і навіть торговельним мережам. Це зумовлено, перш за все, тим, що витрати на відкриття Інтернет-магазину значно нижчими, порівняно зі звичайним магазином.

До основних трендів розвитку Інтернет-торгівлі слід віднести: масовий перехід покупця з офлайну в онлайн; розвиток email-маркетингу; зростання частки мобільних трансакцій (26% користувачів Інтернету робили покупки через планшет чи смартфон); замовлення послуг в Інтернеті (Booking.com, AirBnB); здійснення електронних публічних закупівель (ProZorro). У 2016 р. зросла кількість користувачів, які купували товари на зарубіжних сайтах. За даними MasterCard, найбільша кількість покупок була здійснена на китайському маркетплейсі Aliexpress (47%), Amazon, Ebay, Prom.

Протягом останніх років в Україні сформувались доволі сприятливі передумови для розвитку електронної торгівлі, разом з тим присутні ряд факторів, які її стримують її розвиток (обмежена кількість осіб, які володіють кредитними картками, недостатня розвиненість системи електронних платежів, неможливість забезпечення високого рівня безпеки обміну даними між учасниками електронної торгівлі, проблеми захисту прав інтелектуальної власності, нерозвиненість правової бази регулювання електронної торгівлі, відсутність професійних фахівців, здатних працювати в системі електронної торгівлі та ін.).

Основним мотивом ведення електронного бізнесу для компаній є отримання додаткової конкурентної переваги. Проте зазначимо, що поняття конкурентоспроможності щодо електронної комерції значно змінилося протягом останніх років. Якщо раніше використання цифрових технологій фірмою було фактором конкурентоспроможності, то сьогодні електронний

бізнес стає вимогою часу і на ринку електронної комерції з'являються свої фактори конкурентоспроможності.

Для розвитку електронної комерції в Україні потрібно на законодавчому та інституційному рівнях запровадити низку заходів, які узгоджуватимуться з концепцією інформаційного суспільства, зокрема: створення можливості високошвидкісного доступу до мережі Інтернет на всій території України на основі технологій ADSL або XDSL, адже проникнення Інтернету є основною умовою розвитку електронної комерції в Україні; забезпечення відповідної нормативно-правової бази; впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій в усіх сферах господарської діяльності; підвищення безпеки передачі та обробки даних; розвиток цифрових мереж зв'язку як заміну аналоговим; забезпечення державної підтримки операторів розвитку телекомунікацій у віддалених регіонах країни.

Література

1. Офіційний сайт статистичного агентства GfK [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ua>.
2. Плескач В. Л. Електронна комерція / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
3. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція : навч. посіб. / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
4. E-commerce in Ukraine 2015-2017: From troubled times to future growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uadn.net/files/ua_ecommerce.pdf

Vakulenko D., Student
Dorenska A., Assistant
Central Ukrainian National Technical University
Kropyvnytskyi, Ukraine

IT-INNOVATIONS IN AGRICULTURE-INDUSTRIAL SECTOR OF UKRAINE

Agriculture is an ideal environment for application of information technologies (IT). In this connection for the effective and permanent functioning of managing subjects of the use of the newest information technologies in the field of it will allow to increase the productivity of agricultural production and will have a powerful positive effect for his development [2].

The urgency of the innovative activity of agricultural enterprises and its research is conditioned by the intensification of competition in the agricultural market and the integration of Ukraine into the international economic space, which necessitates the formation of an innovation-investment model of agricultural development.

The innovative approach to the development of the agriculture-industrial sector of Ukraine provides for the balanced and interconnected structural restructuring of all its branches, the maximum introduction into production of the