

перегляді бізнес-портфеля, урахуваючи при цьому зміни загальної стратегії підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арикова З. Разработка маркетинговой стратегии промышленного предприятия / З. Арикова // Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, Vol. I (21–22 aprilie 2005). – Chișinău : A.S.E.M. – P. 122.
2. Васильковский А. С. Конкуренция в становлении рыночной экономики / А. С. Васильковский. – М. : РАГС, 2000. – 228 с.
3. Кныш М. Конкурентные стратегии : учеб. пособие / М. Кныш. – М. : МГУ, 2000. – 423 с.

УДК 004.5:339.1

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ЇХ ВЛИВ НА ПОЛІТИКУ ВЕДЕННЯ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ

М. С. Кирилюк

Активне застосування ІТ-технологій в області бізнес-процесів призвело до появи нової форми взаємодії зі споживачем – інтернет-бізнесу. Це пов'язано з корпоративним документообігом (внутрішнім і зовнішнім), персоналізацією доступу до торговельної інформації та механізмами обробки бізнес-правил. Зазвичай термін «інтернет-бізнес» слід розуміти як будь-яку форму бізнесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним чином з використанням інформаційних технологій.

Інформаційні технології відкривають для підприємництва нові економічні можливості, що призвело до появи нових видів підприємницької діяльності у сфері електронної комерції. Відбувається як створення нових підприємств, орієнтованих тільки на електронну комерцію, так і використання традиційними підприємствами елементів електронної комерції у своїй практиці. Проведення досліджень у даній області є актуальним напрямом.

Ступінь розробленості проблеми в інформаційних технологіях можливо розглядати з двох сторін. З одного боку, на даний момент існує велика кількість праць про інформаційні технології, які стосуються певної конкретної проблеми, де описується лише вибрана проблематика [1–3]; з іншого – видається багато підручників, книжок, літератури, які розгля-

дають інформаційні технології в цілому, без прикріплення до певної проблематики [4–6]. Існує недолік у дослідженнях, при якому незначна увага приділяється використанню розроблених методик на практиці, орієнтуючись на взаємозв'язки між користувачами створеної методики. Тобто значну роль відіграє людський фактор у впровадженні та використанні розробленої методики. Дана проблема існує як в нашій країні, так і за кордоном, де застосовують новітні технології з упередженням або з помилками, в результаті чого виникають негативні наслідки від нововведень.

Мета статті полягає в аналізі сучасних тенденцій інформаційних технологій, визначенні найбільш критичних проблем, які виявляються у процесі створення та впровадження новітніх інформаційних розробок і обґрунтуванні впливу інформаційних технологій на сферу онлайн-торгівлі.

Інформаційні технології сприяють розвитку електронної комерції як інтерактивного процесу, що охоплює не тільки транзакції з переведення та отримання плати за товар чи послугу, вона включає проведення маркетингових досліджень, аналіз можливостей власної компанії та перспективи конкурентів, організація документообігу як між компаніями-партнерами, так і всередині компанії тощо.

Використання інформаційних технологій у сфері електронного бізнесу допомагає вирішити ряд питань, таких як:

- аналіз основних тенденцій та існуючих технологій в електронному бізнесі;
- розробка стратегії електронного бізнесу компанії;
- створення зручного інтерфейсу;
- вибір необхідної платформи серед існуючих і її доопрацювання або розробка власної платформи;
- розгортання та підтримка організаційного впровадження новітніх технологій.

Вдосконалення процесів інформатизації як на міжнародному рівні, так і всередині країни потребує становлення та активного розвитку інформаційних технологій, особливо у сфері електронної торгівлі.

Ключову роль на інформаційному ринку відіграють користувачі інформаційних продуктів, але територіальна недоступність Інтернету, недостатнє обладнання та низький рівень освіти веде до повільного технічного та інформаційного розвитку та впровадження інформаційних технологій. Повільний і стримуючий характер розвитку негативно позначається на побудові взаємовідносин і спільній праці з іншими країнами, знижує конкурентоздатність українських інформаційних продуктів порівняно з провідними країнами світу.

Виділимо такі тенденції розвитку в інформаційних технологіях, такі як:

- глобалізація;
- конвергенція;
- збільшення впливу інформаційного продукту;
- зменшення кількості проміжних ланок [7].

Перша тенденція – це глобалізація. Незважаючи на конкуренцію у сфері інформаційних технологій можливості ринку залишаються достатньо великими. Існує попит на продукцію інформаційних технологій, який з кожним роком зростає та посилює вимоги до продуктів даної сфери. Важливим є також те, що в різних країнах різний рівень знань в інформаційних технологіях, що додатково стимулює розвиток у цій сфері. До того ж, дана сфера підтримується і державою, яка надає додаткові кошти

на розвиток і розробку важливих напрямів, таких як модернізація інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, розвиток інформаційних технологій, ефективне формування та використання національних інформаційних ресурсів, навчання громадян, створення необхідної інформаційної правової бази побудови інформаційного суспільства [8].

Другою тенденцією є конвергенція [9] – зближення різних економічних систем, усунення відмінностей між ними, які зумовлені спільністю соціально-економічних проблем та наявністю єдиних закономірностей розвитку. Дана тенденція створює нові умови для формування спеціального ринку товарів інформаційних технологій, які мають властивості взаємозамінних товарів. При розробці нових інформаційних товарів, особливо це стосується новостворених фірм, необхідно враховувати той факт, що конвергенція спонукає компанії, які випускають схожі товари працювати спільно для того, щоб затвердити своє положення на ринку та забезпечити співпрацю на довгостроковий термін.

Крім того, сьогодні інформаційні технології, які впроваджуються, іноді не встигають за технічними стандартами, а створені технології не мають здатності до взаємодії засобів автоматизації, в результаті чого технологія стає фактором, який стримує розвиток.

Третя тенденція – це посилення ролі інформаційного продукту. Інформаційний продукт являє собою документовану інформацію, яка підготовлена відповідно до потреб користувачів і представлена у формі товару. До інформаційних продуктів належать програмні продукти, бази та банки даних та інша інформація. Спеціалісти, які працюють з інформацією, залежать від своєчасного отримання інформації, що досягається за допомогою інформаційних продуктів. Інформація, яка надсилається, передається та отримується, має бути достовірною, точною та цілісною. З цього випливає, що розробка інформаційного продукту є необхідною та важливою умовою ефективності будь-якої компанії. Створення інформаційного продукту є незамінним для підтримки ділових стосунків між людьми.

Четвертою тенденцією є ліквідація проміжних ланок. Розвиток інформаційних технологій спонукає ринок до зменшення впливу посередників, або зовсім їх зникнення. Продуктова лінійка «виробник – посередник-споживач» за допомогою інформаційних технологій трансформується у «виробник – споживач». Для компаній упровадження нових технологій вигідне, оскільки це призводить до зменшення витрат і персоналу, витратних матеріалів тощо.

Особливістю сфери інформаційних технологій в Україні є поєднання проектної та операційної діяльності, що спричиняє цілий ряд управлінських проблем, які призводять до того, що компанії не встигають надати послуги чи товари в означені терміни й через це втрачають клієнтів і кошти. Така ситуація є не вигідною як для самих компаній, так і для державного бюджету, бо країна не доотримує значні кошти в державну скарбницю. Причини втрати клієнтів випливають із неправильного використання людських ресурсів, а також таких ресурсів, як час і гроші [10]. Сфера інформаційних технологій постійно розвивається та оновлюється й для того, щоб адаптуватися до неї та примножувати прибутки, необхідно вчасно помічати важливі тенденції та вигідні проекти. Впровадження успішних проектів дає компанії більші прибутки та підвищення ефективності в роботі, збільшуючи її продуктивність. Тому, з одного боку, ця галузь є привабливою та перспективною, як для окремої компанії, так і для всієї соціально-економічної системи, а з іншого – це може обернутися марними втратами бюджету з нульовими результатами. Але все ж потреба держави у розвитку та виходу на світові ринки визначає необхідність упровадження і використання інформаційних технологій.

Необхідно відмітити, що сучасний стан інформаційних технологій постійно зазнає змін і спонукає підприємства оперативно реагувати на ці зміни й корегувати свою діяльність. Наприклад, упровадження певної технології (навіть яка не зачіпає основних сфер збуту та продажу) ризиковане, оскільки може зіпсуватися добре налагоджена схема роботи, внаслідок чого виникає необхідність певний час під-

тримувати дві технології одночасно, стару та нову. Це потребує додаткових коштів і ресурсів, тому не кожна компанія погодиться на такі витрати. В результаті чого компанії відкидають стару технологію та повністю переходять на нову невипробовану технологію. Звичайно ж виникають помилки, непорозуміння та втрата даних, що, на думку управлінців, пояснюється неправильною ідеєю нової технології. Та вслід за цим або відкидають дану технологію, не дізнавшись про всі її можливості, або пристосовуються до неї, але більше не планують поновлювати або впроваджувати нові технології, ґрунтуючись на минулому негативному досвіді. Така ситуація негативно впливає на розповсюдження та попит продуктів інформаційних технологій. З метою отримання помітного ефекту для прибутковості компанії, які використовують новітні інформаційні технології, мають впроваджувати та використовувати їх таким чином, щоб отримувати достовірні результати роботи.

Важливо відмітити вплив інформаційних технологій на користувача, як суб'єкта інформаційної діяльності. Використання технологій інформаційної сфери впливає на користувача технологій, на його індивідуальну свідомість, завдяки чому можливо застосовувати продукти інформаційної діяльності не тільки на благо людей, але й за допомогою них шкодити їм. Інформаційні технології впливають на рішення користувачів, спонукають їх до неправомірних дій, або схиляють до певного рішення. Така ситуація позначається на фізичному та психологічному здоров'ї людей та формує негативну й майже неконтрольовану морально-психологічну атмосферу у суспільстві. Крім того, негативним є також вживання пропагандистських матеріалів (є велика кількість веб-сторінок, які містять інформацію кримінально-терористичного характеру) [11]. У правовій сфері також існують нерозв'язані питання, які стосуються авторських прав та інтелектуальної власності. Сьогодні ця проблема є гострою та потребує втручання влади й оперативного вирішення. Країни мають виробити міжнародні правові норми у сфері інформаційних технологій і узгодити їх між

собою для продуктивної праці компаній і захисту їх інтересів.

Галузь інформаційних технологій ділиться на три основні частини:

- перша частина включає в себе надання послуг при використанні інформаційних технологій;
- друга частина відповідає за розробку програмного забезпечення;
- третя частина включає в себе безпосередньо виробництво, продаж та впровадження профільного інструментарію.

Упровадження новітніх технологій в усій галузі інформаційних технологій є тим бажа-

ним результатом, який залежить не тільки від фінансових, людських, матеріальних ресурсів, а також від правильного вибору сегмента ринку. За результатами проведених досліджень російськими експертами, сегментами ринку ІТ-послуг, які мають найбільший попит, є аутсорсинг і системна інтеграція [12]. Третє місце посідає упровадження бізнес-додатків. Четверте місце – за консалтингом у сфері інформаційних технологій. Через підвищення попиту на вищезгадані послуги збільшиться і бюджет. Так, на рис. 1 представлені планові витрати на послуги у сфері інформаційних технологій на 2010 р.



Рис. 1. Витрати на послуги у сфері інформаційних технологій на 2010 р. [14]

Якщо ріст витрат на придбання та впровадження інформаційних технологій зростає, логічно відмітити й ріст прибутку від використання цих технологій [14], оскільки цей факт має бути виправданий. На прибуток від інтернет-торгівлі впливає використання реклами. Наприклад, мережа Інтернет дає можливість рекламувати та продавати товари не тільки ті, що мають високий попит, але й товари, на які попит зовсім незначний, так звані, нішеві товари (авторські сумки, жива електронна квітка, USB-вентилятор та ін.).

Для продажу товарів через онлайн-магазину необхідно користуватися рекламою, вигідно включаючи її у процес розвитку та розкрутку сайта. Для звичайних магазинів також необхідно проводити рекламні акції, давати рекламу в газетах, на білбордах, у метро та інше. Незважаючи на те, що інтернет-магазину є віртуальними, вони також потребують

рекламної підтримки. Так, на рис. 2 зображена схема проведення ефективної реклами в мережі Інтернет [14].

Перевагами такої реклами є те, що вона може працювати для магазину цілодобово, що надасть можливість замовляти товар у будь-який час, навіть пізно увечері. Діє така реклама на величезному просторі Інтернету й може охопити значну аудиторію. Реклама в Інтернеті є інтерактивною, тобто може налаштуватися на потенційного клієнта та видавати йому саме ту інформацію, яку він шукає. Якщо бюджет не дозволяє розвернути велику кампанію з просування веб-магазину, можливо зменшити витрати за допомогою налаштувань, які корегують рекламу на місці її показу. Тобто можливо показувати рекламу в одних регіонах і водночас не показувати її в інших, таким чином, створюються умови для цільового обслуговування зацікавленої аудиторії.



Рис. 2. Схема ефективності проведення реклами в мережі Інтернет

Зважаючи на це, можна зробити висновок, а саме: необхідно знати статистику користувачів Інтернету, та перевірити запити, які вони вводять у пошукові системи. Це надасть змогу дізнатися, наскільки актуальним є продаж даного продукту або надання певної послуги та розрахувати ефективність від рекламної кампанії.

Статистика користуванням Інтернетом упродовж 2009 р., показана на рис. 3 [15]. Як

видно із зображення, найбільша кількість користувачів припадає на Київ, на другому місці – Харків, але відрив від Києва становить приблизно у 12 разів. Майже аналогічна ситуація в Одесі, Донецьку та Дніпропетровську. Кількість користувачів у Криму, Львові та Полтаві становить близько 2% – це дуже незначний показник. Інші міста мають настільки малу кількість користувачів Інтернету, що не потрапляють до ТОПу міст.

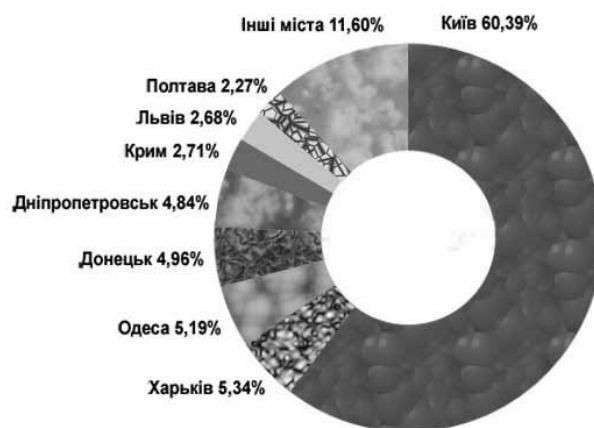


Рис. 3. Статистика користуванням Інтернетом на весні 2009 р.

Важливо також визначитись, якими браузерами користуються переважно відвідувачі веб-ресурсів, оскільки саме браузери містять певну інформацію про клієнтів і визначають орієнтацію веб-магазинів в інтернет-просторі. На рис. 4 видно, що найбільшу популярність отримує браузер Internet Explorer, хоча має значні недоліки, такі як небезпека (велика ймовірність потрапляння на комп'ютер ві-

русів), невідповідність стандартам Internet, низька швидкість завантаження, незручний рядок пошуку та інше. Незважаючи на перелічені недоліки, велика кількість сайтів орієнтується на користувачів Internet Explorer, як видно з рис. 4. Але все ж перше місце посідає Opera. Рейтинг браузера Mozilla Firefox останнім часом постійно зростає. Це пояснюється тим, що Mozilla Firefox найкращий з існуючих

браузерів захищає комп'ютер користувача від вірусів, має функцію блокування вікон, які спливають зручний пошук, перевірку орфографії, велику кількість плагінів і доповнень та ін. Інші браузери мають настільки низьку популярність, що орієнтуватися на них, при розробці веб-магазинів не вигідно та неефективно, хоча деякі розробники веб-ресурсів максимізують створення Інтернет-ресурсу під

максимальну кількість браузерів, навіть під непопулярні. Такий вибір виправданий лише для великих корпорацій з майже необмеженим бюджетом, для середнього та малого бізнесу такі витрати економічно не вигідні, оскільки потребують не тільки фінансових, але й людських ресурсів, які необхідні для матеріальної підтримки й реалізації розробленого веб-проекту.

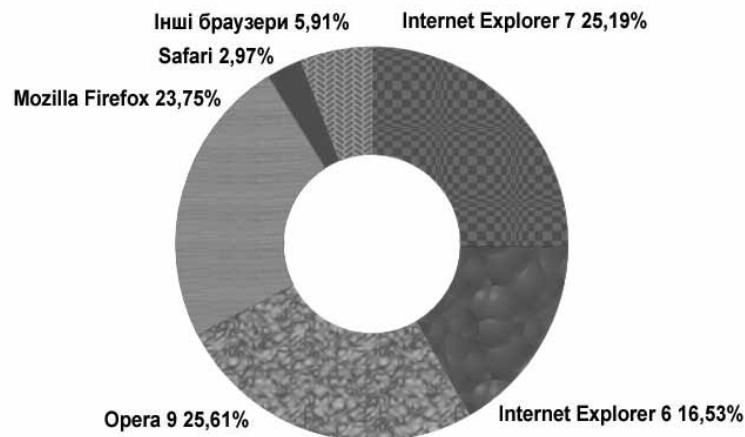


Рис. 4. Статистика користуванням браузерами в 2009 р.

Створювані в мережі Інтернет веб-сайти мають багато важливих характеристик для збільшення кількості користувачів і відповідного рівня продажу, однією з них є використання різних мов на сайті. Так, у 2007 р. процент сайтів, які розроблені лише на українській мові становив 4,6 %, тоді як кількість російськомовних сайтів становить 81,4 %. Процент веб-сайтів, які створені з урахуваннями задоволення найбільшої кількості користувачів і мають одразу дві мови, становив 14 %. Такі низькі цифри для сайтів з двома мовами пояснюється тим, що розробка сайту на декількох мовах ускладнює процес створення веб-сайта та потребує більше фінансових, часових і людських ресурсів, що не дуже вигідно для власників. Саме тому власники таких веб-проектів орієнтуються на мову запитів, які залишають користувачі Інтернету, серед яких кількість російськомовних користувачів більша ніж україномовних. Така тенденція спостерігається й на англійськомовних сайтах, які зорієнтовані переважно на зарубіжних покупців,

і мають низькі показники відвідуваності веб-сайта вітчизняними користувачами.

У статті викладений матеріал щодо тенденцій в інформаційних технологіях, їх недоліки та позитивні наслідки як для конкретного користувача, так для держави в цілому.

Результати аналізу сучасного стану інформаційних технологій такі:

1. Інформаційні технології мають ряд тенденцій, серед яких виділяють: глобалізацію, конвергенцію, посилену роль інформаційного продукту та процес ліквідації проміжних ланок.

2. Упровадження інформаційних технологій є ризикованим, оскільки поєднане з можливістю збою налагодженої схеми роботи, додаткових капіталовкладень, втрати даних і користувачів.

3. Інформаційні технології у сфері онлайн-торгівлі потребують рекламної підтримки, яка може використовувати, як звичайні канали реклами, так й інтерактивні.

4. Кількість користувачів Інтернету по Україні не досить висока порівняно з передо-

вими країнами, більшість із них не мають достатнього обладнання та необхідного досвіду в роботі з онлайн-магазинами.

5. На якість користування Інтернетом впливає вибір користувачем браузера, який відповідає за зручність інтерфейсу та безпечну роботу комп'ютера.

Проведений аналіз показує, що для ефективного розвитку електронного бізнесу в Україні необхідно просторово розширити межі Інтернету. Сучасний стан інформаційних технологій має тенденції, які безпосередньо впливають на політику ведення онлайн-торгівлі та задають правила співпраці менеджерів магазинів і покупців онлайн-товарів і послуг.

ЛІТЕРАТУРА

- Хабибуллин И. Разработка Web-служб средствами Java / И. Хабибуллин. – С.Пб. : БХВ-Петербург, 2009 – 400 с.
- Кэмпбел М. Разработка, дизайн, программирование, тестирование и раскрутка Web-сайта / М. Кэмпбел. – М. : Триумф, 2007. – 480 с.
- Веллинг Л. Разработка Web-приложений с помощью PHP и MySQL / Л. Веллинг, Л. Томсон. – С.Пб. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – 880 с.
- Макарова М. В. Тенденції розвитку цифрової економіки / М. В. Макарова. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2004 – 235 с.
- Пономаренко Л. А. Електронна комерція / Л. А. Пономаренко, В. О. Філатов. – К. : КНТЕУ, 2002 – 442 с.
- Козырев А. А. Информационные технологии в экономике и управлении / А. А. Козырев. – С.Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2003. – 496 с.
- Официальный сайт Всероссийской академии внешней торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vavt.ru/wred/works.nsf/work/68548E854>
- Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/law/98ru-gip.html>
- Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
- itua.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://itua.info/news/analytics/15122.html>
- Российский фонд фундаментальных исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rffi.ru/default.asp?doc_id=5220
- INTERNET & SOFTWARE COMPANY [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.interface.ru/home.asp?artId=23363>
- ЛИГАБІЗНЕСІНФОРМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/news/E0910306.html>
- Index.art [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://promo.index-art.ru/doklad_2009.htm

УДК 330.341.11

ДОСЯГНЕННЯ СИНЕРГЕТИЧНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ПРІОРИТЕТНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ТИПУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Н. В. Курган

Реальністю сучасного глобалізованого ринкового простору є значущий вплив зростаючих інтелектуальних можливостей і науково-технічних досягнень людства на господарчі процеси. Унаслідок чого відбувається

перерозподіл світових ринків на користь виробників наукоємної продукції. Конкурентне лідерство в наш час отримують технологічно розвинуті підприємства, відмінною властивістю яких є спроможність систематично ге-