

the most progressive logistic systems are characteristic for the countries of the European Union. The ways of improving the logistics systems of the EU countries at the current stage, including introduction of innovations in the information system and technological schemes of logistics, are considered. It is established that Ukraine needs to develop its own strategy for the formation of a logistics system due to the lack of legal and infrastructure support for the development of logistics.

Key words: *logistics, logistics system, logistics infrastructure, Logistics Performance Index, logistics efficiency.*

Надійшла до редакції 05.03.2017

УДК 339.13, 339.17

Маловичко С. В.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: malovichko@donnuet.edu.ua

ДІАГНОСТИКА РЕСУРСНО-КОМПЕТЕНТІСНОГО БЛОКУ УПРАВЛІННЯ ЕЛЕКТРОННОЮ ТОРГІВЛЕЮ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 339.13, 339.17

Malovychko S. V.,
Grand PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: malovichko@donnuet.edu.ua

DIAGNOSTICS OF RESOURCE COMPETENCE-BASED PLATFORM OF ENTERPRISES E-COMMERCE MANAGEMENT

Мета. *Мета статті полягає у формуванні методичних засад дослідження ресурсно-компетентісного блоку підприємства електронної торгівлі.*

Методи. *Використані діалектичний метод наукового пізнання, а також комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення і порівняння, графічний, методи угруповання і класифікації.*

Результати. *У статті висвітлено методичні засади дослідження ресурсно-компетентісного блоку підприємства електронної торгівлі. Запропоновано проводити аналіз компетенцій персоналу підприємств електронної торгівлі у розрізі таких типів: аналітичні, функціональні, управлінські, ринкові; аналіз ресурсного потенціалу у розрізі таких: фінансові, трудові, інформаційні, техніко-технологічні.*

Ключові слова: *електронна торгівля, електронна комерція, Інтернет, електронний магазин, ресурси, компетенції.*

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій обумовив появу різних явищ як в економіці, так і в суспільстві; серед них визначним для підприємницьких структур та домогосподарств є феномен електронної торгівлі. Комп'ютеризація та інформатизація суспільства є магістральною передумовою розвитку цієї сфери. Деструктивні прояви ринкової кон'юнктури, політико-економічна криза в Україні зробили явними прояви електронної торгівлі (ЕТ) тільки останніми роками, однак ця сфера детермінує розвиток всієї національної економіки.

© С. В. Маловичко, 2017

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження останніх публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців у сфері електронної торгівлі свідчать, що більшість авторів зосереджують увагу на сутності поняття електронної торгівлі, його співвідношенні з дотичними термінами, дослідженні тенденцій та перспектив її розвитку, переваг і недоліків для економіки і суспільства тощо. Цікавими в цій сфері є роботи О. В. Вартанової [1], Н. В. Кулак [2], В. А. Нецветаєва [3], Й. С. Ситника [4], Н. Н. Катаєвої [5], М. З. Катинської [6], В. А. Павлова [7] та інших. Однак питання менеджменту електронної торгівлі, ресурсного забезпечення таких підприємств досліджені фрагментарно і потребують подальших наукових опрацювань.

Метою статті є формування методичних засад дослідження ресурсно-компетентісного блоку підприємства електронної торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із формоутворювальних елементів керованої підсистеми управління підприємства виступає ресурсно-компетентісний блок, що головним чином залежить від теоретичних знань, вмінь та навичок, досвіду діяльності різних категорій працівників підприємства. Компетенція виступає визначальним чинником конкурентоспроможності підприємства і впливає на функціонування системи управління ЕТ в цілому. Ґрунтуючись на наукових розробках О. В. Вартанової [1], було встановлено, що складовими елементами компетенцій підприємства виступають ресурси у поєднанні зі знаннями, навичками та досвідом персоналу (рис. 1).

З огляду на вищезазначене, у статті запропоновано розглядати ресурсно-компетентісний блок як синтез теоретичних знань, вмінь, навичок та досвіду різних категорій працівників підприємства ЕТ відповідно до встановлених кваліфікаційних вимог і сукупності ресурсів підприємства, що виступають підґрунтям для досягнення стратегічних цілей та забезпечують його належні функціонування й розвиток.

Ресурсно-компетентісний блок підприємств ЕТ, за відповідної її побудови, є каталізатором підвищення результативності фінансово-господарської діяльності підприємства ЕТ, здійснює його належну роботу і забезпечує продуктивність, ефективність та адаптивність усього процесу системи управління і кожної з його складових підсистем. З метою діагностики системи управління ЕТ підприємств ідентифікацію складових елементів зазначеного блоку пропонуємо проводити за методикою, наведеною на структурно-логічній схемі (рис. 2).

Ресурсно-компетентісний блок підприємств ЕТ залежить від компетенцій персоналу, тому у роботі пропонуємо аналізувати основні аспекти кадрової політики підприємств ЕТ на різних рівнях функціонування за трьома категоріями персоналу:

— адміністративно-управлінський — персонал, в обов'язки якого входить організація і планування бізнесу в цілому, забезпечення планових результатів, контроль якості роботи відділів підприємства ЕТ (директор, керівник відділу продажів, керівник відділу логістики, керівник відділу маркетингу і реклами та ін.);

— основний — працівники, в обов'язки яких входять: прийом замовлень з використанням різних комунікаційних засобів; логістична підтримка; забезпечення своє-

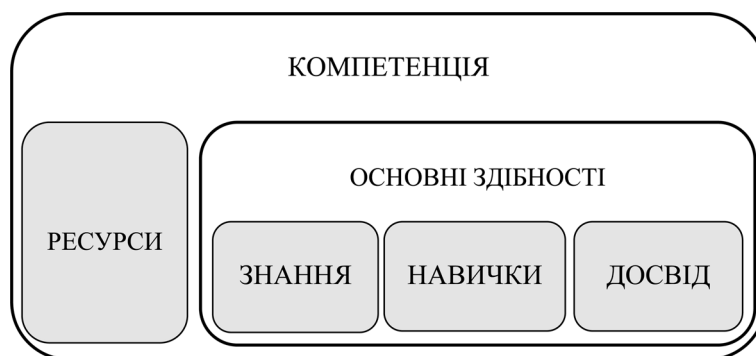


Рисунок 1 — Складові елементи компетенції підприємства [1, с. 77]

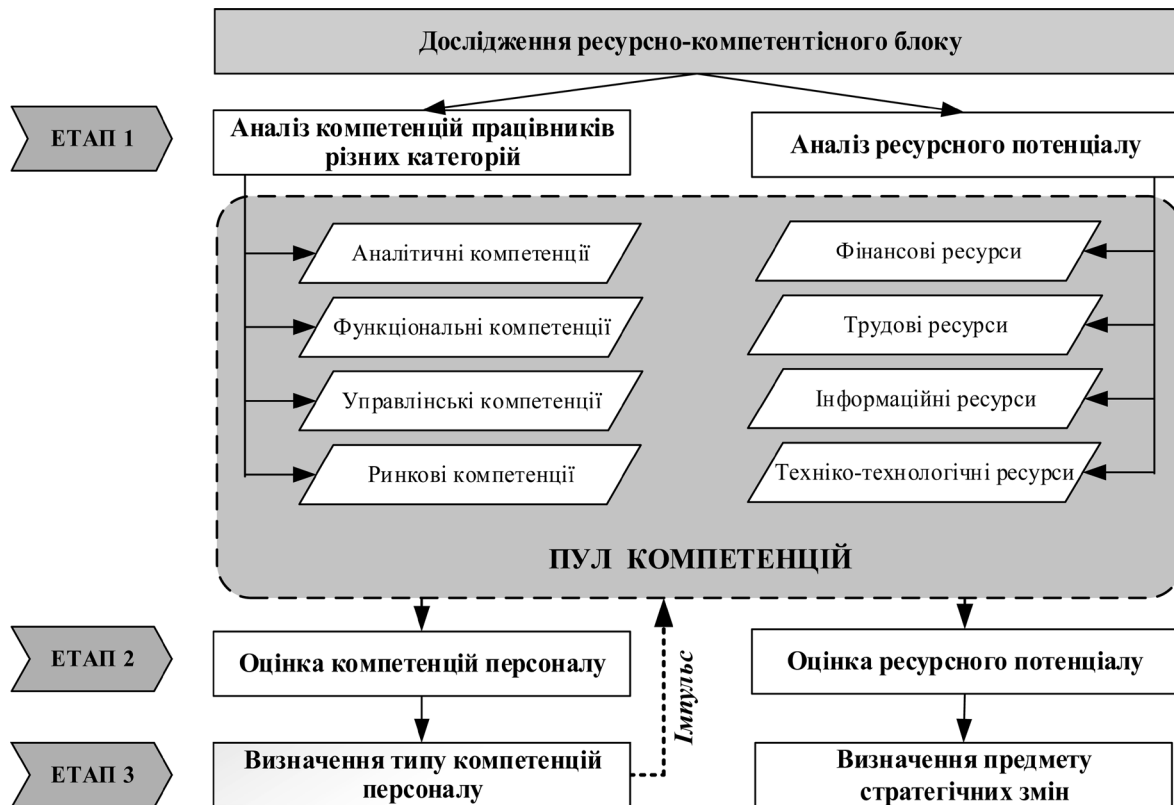


Рисунок 2 — Структурно-логічна схема дослідження ресурсно-компетентісного блоку підприємства ЕТ (розроблено автором)

часних і оптимальних за ціною замовлень; контроль обсягу доставки; контроль якості сервісу; формування оптимального товарного набору сайту; робота з цільовою аудиторією за допомогою ком'юніті Інтернет-порталів і санкціонованих розсилок; SEO-оптимізація сайту, просування сайту в соціальних мережах, розробка контекстної та медійної реклами; вирішення конфліктних ситуацій (працівники call-центру, копірайтер, web-девелопер, менеджер з продажів, HR-менеджер, контент-менеджер та ін.);

— допоміжний — категорія працівників допоміжних професій, що виконують транспортувальні роботи, інструментальні функції, та працівники, що наймаються на короткостроковій основі і після виконання роботи звільняються (кур'єр, аудитор, юрист-консультант, андеррайтер та ін.).

Ресурсно-компетентісний блок підприємств ЕТ, з одного боку, являє собою сукупність компетенцій всіх категорій працівників підприємства, що включає в себе:

1. Аналітичні компетенції, які відображають здатність персоналу підприємства ЕТ до реалізації цілей сайту (одержання прибутку чи підвищення іміджу підприємства), його функцій, здійснення бізнес-аналізу, наповнення Інтернет-ресурсу та до використання бенчмаркінгу. Вони впливають на ступінь зацікавленості споживачів через вибір цільової аудиторії, є життєво забезпечувальними кожного Інтернет-сайту і виступають головною умовою його ефективного функціонування. Нижче розглянемо більш детально перелік аналітичних компетенцій окремо для кожної категорії працівників підприємств ЕТ;

2. Функціональні компетенції — це сукупність знань та навиків працівників підприємств ЕТ до програмування і здатності до виконання технічної підтримки Інтернет-сайту на високому рівні, тобто відтворення функціональності сайту відповідно до вимог покупців. За умови оптимального набору технічних компетенцій працівників всіх категорій підприємства ЕТ мають максимальний рівень захисту від несанкціонованого доступу і втрати інформації про відвідувачів та покупців за рахунок вико-

ристання всіх технічних можливостей сайту. Технічні компетенції адміністративно-управлінського, основного та допоміжного персоналу наведено нижче;

3. Управлінські компетенції — синтез компетенцій працівників підприємств ЕТ, що спрямовані на забезпечення умов для реалізації внутрішнього потенціалу кожного працівника та формування єдиної корпоративної культури на підприємстві. Перелік кадрових компетенцій різних категорій персоналу наведено нижче;

4. Ринкові компетенції — раціональне поєднання знань, навичок та досвіду, якими володіють працівники підприємств ЕТ, необхідні для організації ринкової діяльності підприємства та регулювання і вирішення питань, пов'язаних із формуванням товарного асортименту Інтернет-сайту, що відповідає запитам покупців, підвищенням комунікаційної активності підприємства, розширенням цільової аудиторії споживачів та ін. Нижче наведено типові ринкові компетенції працівників підприємств ЕТ.

На рис. 3 наведено графічну інтерпретацію оцінки компетенцій персоналу підприємств ЕТ II-го рівня функціонування у розрізі трьох категорій працівників — ад-

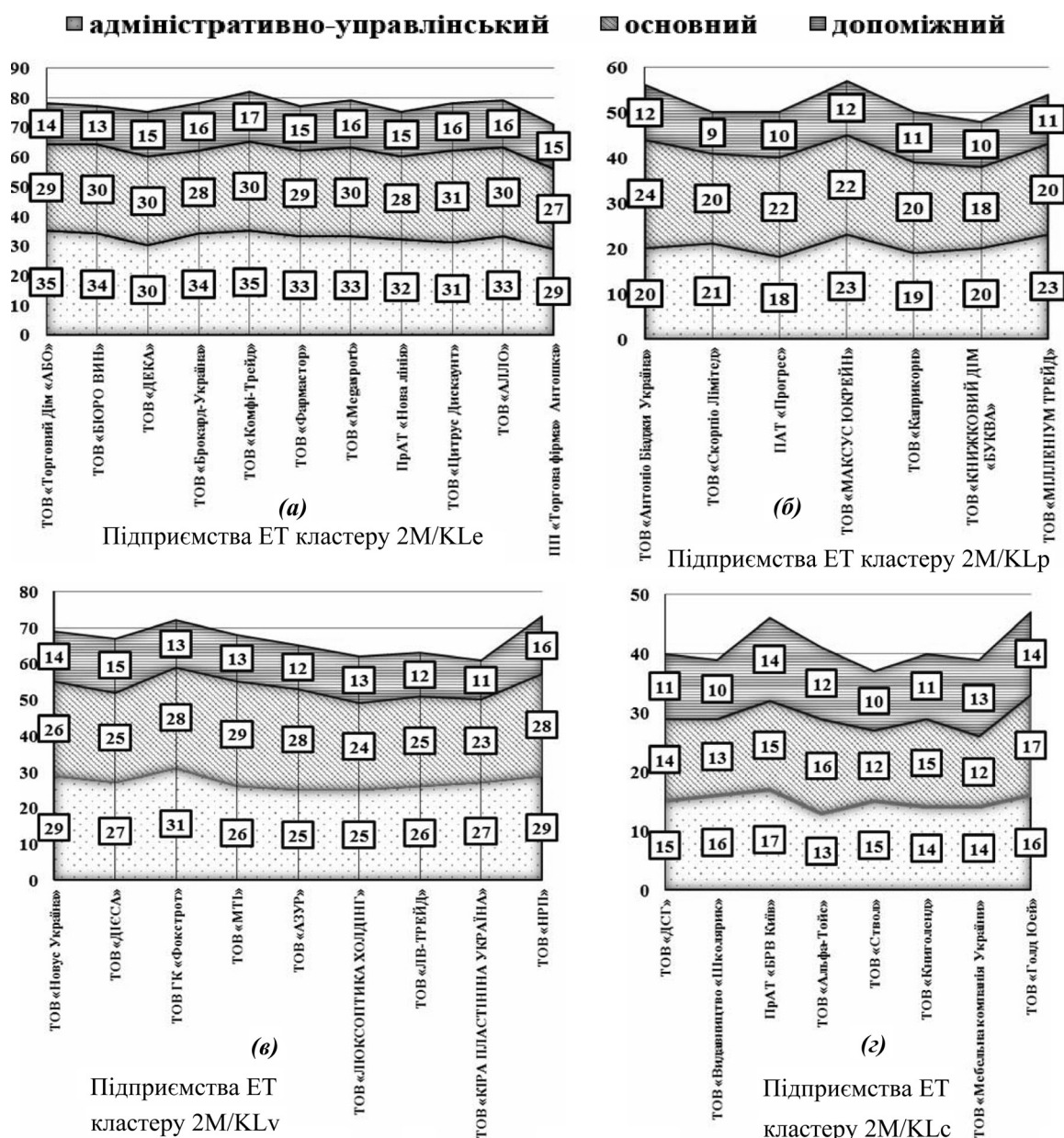


Рисунок 3 — Оцінка компетенцій персоналу підприємств ЕТ II-го рівня функціонування

міністративно-управлінського, основного та допоміжного персоналу. Для визначення типу компетенцій персоналу досліджуваних підприємств та з огляду на те, що максимальна кількість компетентностей трьох категорій працівників дорівнює 83, запропоновано: компетенції вважати іманентними, якщо $0 \leq Kz \leq 41,5$; трансцендентними у випадку, коли $41,5 < Kz \leq 83$; або у відсотковому співвідношенні $0 \leq Kz \leq 50\%$ та $50\% \leq Kz \leq 100\%$ відповідно.

Іманентні компетенції — сукупність базових умінь, знань та навичок персоналу підприємства ЕТ, що необхідні для здійснення нормального функціонування підприємства на ринку у короткостроковій перспективі. Трансцендентні компетенції персоналу підприємства ЕТ є сукупністю умінь, знань та навичок працівників різних категорій, що забезпечують ефективне стабільне функціонування підприємства і націлені на його довгостроковий перспективний розвиток.

Компетенції персоналу та ресурси підприємства утворюють пул компетенцій площиною $S = F + T + I + TT$, де F — фінансові ресурси, T — трудові ресурси, I — інформаційні ресурси та TT — техніко-технологічні ресурси. Іманентні (Im) та трансцендентні (Tr) компетенції спричиняють деформацію пулу компетенцій, тому що вони виступають тактовими збудливими імпульсами відносно S .

Під дією Im та Tr зовнішнього навантаження S деформується, а точки його серединної площини переміщуються. Складова переміщень вздовж осі абсцис OX позначається x' , а в напрямі осі ординат OY — y' . Лінійні деформації вздовж осей координат пов'язані із функціями лінійних переміщень диференціальними співвідношеннями:

$$\varepsilon_x = \frac{\partial x'}{\partial x}, \quad (1)$$

$$\varepsilon_y = \frac{\partial y'}{\partial y}. \quad (2)$$

Наочне відображення можливих типів деформацій S зображено на рис. 4.

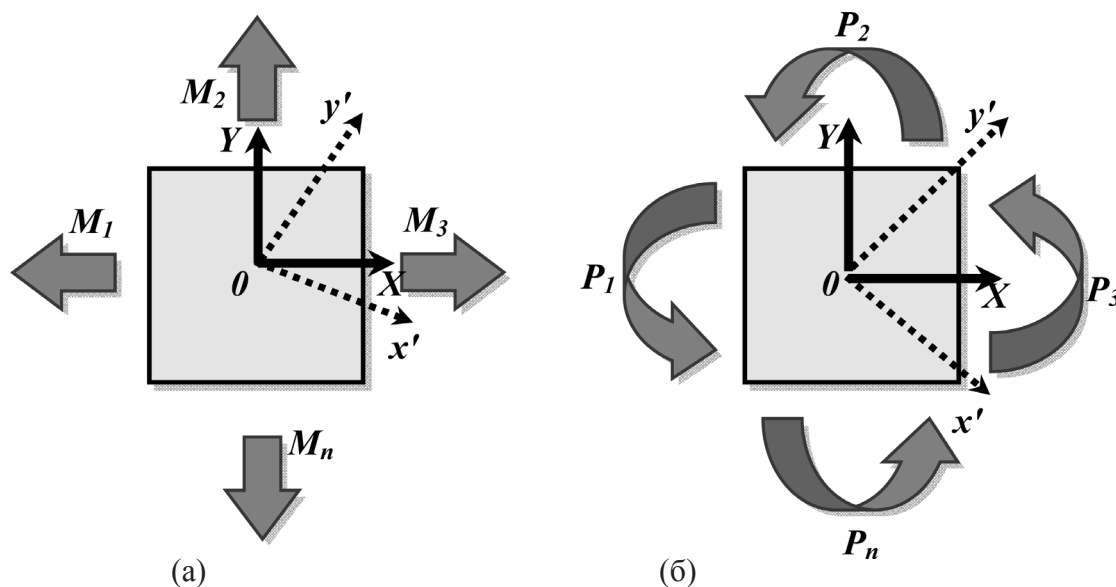


Рисунок 4 — Деформації пулу компетенцій (розроблено автором)

Висновки. Дослідження ресурсно-компетентісного блоку підприємства ЕТ може розглядатися як підґрунтя для виявлення сильних та слабких сторін підприємства у сфері ЕТ, практичного інструментарію для реалізації методології стратегічного менеджменту.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розробка науково-методичних підходів до діагностики організаційно-економічного механізму управління електронною торгівлею підприємств.

Список літератури/References

1. Холод, В. В. Стратегічне управління рекламною діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Холод, Д. В. Курявий. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/2_KAND_2014/Economics/6_156047.doc.htm.

Kholod, V. V., Kuriavyi, D. V. *Stratehichne upravlinnia reklamnoiu diialnistiu pidpriemstva* [Strategic management of promotional activities of the company]. Available at : http://www.rusnauka.com/2_KAND_2014/Economics/6_156047.doc.htm.

2. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. — СПб. : Питер, 2007. — 800 с.

Lamben, Zh.-Zh. (2007). *Menedzhment, orientirovannyy na rynek. Strategicheskyy i operatsionnyy marketing* [Management, market-oriented. Strategic and operational marketing]. St. Petersburg, Piter Publ., 800 p.

3. Балабанова, Л. В. Зв'язки з громадськістю : навч. посібник / Л. В. Балабанова, К. В. Савельева. — Донецьк : ДонДУЕТ, 2007. — 394 с.

Balabanova, L. V., Savelieva, K. V. (2007). *Zviazky z hromadskistiu* [Public Relations]. Donetsk, DonDUET Publ., 394 p.

4. Афонина, К. В. Исследование и оценка интегрированных маркетинговых коммуникаций : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.30 «Экономика предпринимательства» / К. В. Афонина. — СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 1999. — 16 с.

Afonina, K. V. (1999). *Issledovaniye i ocenka integrirovannykh marketingovykh kommunikatsiy: avtoref. dis. kand. ekon. nauk* [Research and evaluation of integrated marketing communications], 16 p.

5. Гладій, Х. Г. Застосування інструментів маркетингових комунікацій на handmade-ринку / Х. Г. Гладій // Глобальні і національні проблеми економіки. — Миколаїв : МНУ імені Сухомлинського. — 2015. — Вип. 5. — С. 350–354.

Ghladij, Kh. H. (2015). *Zastosuvannia instrumentiv marketynhovykh komunikatsii na handmade-rynku* [The use of tools of marketing communication on handmade-market]. *Hlobalni i natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national problems of economy], no. 5, pp. 350–354.

6. Дубовик, Т. В. Інтеграція інтернет-маркетингових комунікацій / Т. В. Дубовик // Економічний часопис-XXI. — 2014. — № 11–12. — С. 116–119.

Dubovyk, T. V. (2013). *Intehratsiia internet-marketynhovykh komunikatsii* [Integration of online marketing communications]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI* [Economic Annals-XXI], no. 11–12, pp. 116–119.

7. Тимохіна, Я. О. Інтегровані маркетингові комунікації: періодизація розвитку та визначення понять / Я. О. Тимохіна // Сталий розвиток економіки. — 2013. — № 4. — С. 324–328.

Tymokhina, Ya. O. (2013). *Intehrovani marketynhovi komunikatsii: periodyzatsiia rozvytku ta vyznachennia poniat* [Integrated marketing communications: development periods and definitions]. *Stalyi rozvytok ekonomiky* [Sustainable development of economy], no. 4, pp. 324–328.

8. Страшинська, Л. В. Стратегічне планування інтегрованих маркетингових комунікацій [Електронний ресурс] / Л. В. Страшинська, Т. Б. Самонова // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18: Економіка і право. — 2014. — Вип. 24. — С. 75–86. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nchnpu_018_2014_24_13.pdf.

Strashynska, L. V., Samonova, T. B. (2014). *Stratehichne planuvannia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii* [Strategic planning of integrated marketing communications]. *Naukovyj chasopys NPU imeni M. P. Dragomanova. Serija 18: Ekonomika i pravo* [Scientific magazine of NPU of the name of M. of P. of Dragomanova. Series 18: Economy and right], no. 24, pp. 75–76. Available at : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nchnpu_018_2014_24_13.pdf.

Цель. Цель статьи заключается в формировании методических принципов исследования ресурсно-компетентностного блока предприятия электронной торговли.

Методы. Используются диалектический метод научного познания, а также комплекс общенаучных методов гносеологии: теоретического обобщения и сравнения, графический, методы группировки и классификации.

Результаты. В статье раскрыты методические принципы исследования ресурсно-компетентностного блока предприятия электронной торговли. Предложено проводить анализ компетенций персонала предприятий электронной торговли в разрезе таких типов: аналитические, функциональные, управленческие, рыночные; анализ ресурсного потенциала в разрезе таких: финансовые, трудовые, информационные, технико-технологические.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, Интернет, электронный магазин, ресурсы, компетенции.

Objective. The objective of the article is formation of methodical principles of research of resource competence-based platform of e-commerce of enterprises.

Methods. Dialectic method of scientific knowledge and complex of scientific methods, such as theoretical generalization and comparison, graphic, clustering and classification are used.

Results. Methodical principles of research of resource competence-based platform of enterprise of e-commerce are reflected in the article. The author offers to conduct the analysis of competences of personnel of enterprises of e-commerce in terms of such types: analytical, functional, administrative, market; analysis of resource potential in terms of financial, labour, informative, technical technological types.

Key words: e-trade, e-commerce, Internet, e-store, e-resources, competences.

Надійшла до редакції 20.05.2017