

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій в усіх сферах людського буття зумовлює перенесення значної частки бізнес-процесів в електронне середовище, а також появу нового виду бізнесу – електронного. Електронний бізнес (е-бізнес) потребує значної трансформації бізнес-процесів підприємства, його організаційної структури та, відповідно, підходів до його управління. Розвиток е-бізнесу відбувається за двома напрямками:

1) поступове перенесення частини бізнес-процесів діючих підприємств в електронне середовище;

2) створення нових підприємств у сфері е-бізнесу.

Розглядаючи перший спосіб, пов'язаний із поступовим перенесенням бізнес-процесів із офлайн- в онлайн-середовище, зазначимо наступне. Наприклад, виробнича компанія може розпочати свою діяльність в електронному середовищі шляхом створення веб-сайта та організації системи продажу продукції через Інтернет. Готову продукцію можна реалізовувати через сайт як кінцевим споживачам, так і підприємствам-посередникам, що значно полегшує організацію збутової діяльності підприємства, а, отже, сприяє зростанню обсягів діяльності. Перенесення частини господарської діяльності в електронне середовище дозволяє підприємствам використовувати новітні програмні продукти, що забезпечують ефективне управління окремими бізнес-процесами та господарською діяльністю загалом.

Якщо для перенесення своєї діяльності із офлайн- в онлайн-середовище підприємства реального бізнесу змушені трансформувати свої бізнес-моделі та налаштовувати їх відповідно до вимог інформаційної економіки, то новостворені підприємства е-бізнесу використовують нову бізнес-модель із самого початку своєї діяльності.

Узагальнена модель підприємства е-бізнесу включає в себе основні компоненти внутрішнього середовища, а також відображає вплив зовнішніх факторів на нього. Зовнішнє середовище впливає на результативність діяльності підприємства е-бізнесу за рахунок: 1) особливих характеристик країни (рівень корупції, рівень розвитку людського капіталу); 2) державного управління (рівень розвитку електронного уряду, електронної участі громадян в управлінні країною, стратегічні орієнтири національної політики); 3) розвитку бізнес-середовища (рівень конкурентоспроможності, рівень розвитку

бізнес-середовища та способів взаємодії між його суб'єктами); 4) технологій (рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, технологічних інновацій, технологічної готовності). Характеристику компонентів внутрішнього середовища наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Компоненти внутрішнього середовища підприємства е-бізнесу та їх характеристика

Компоненти	Характеристика
1	2
Продукт	
Вартість товару	Вартість товару чи послуги, що пропонується кінцевому споживачу, яка включає усі елементи, що мають цінність для клієнта
Інтерфейс споживача	
Цільова аудиторія	Кожне підприємство, що працює у сфері е-бізнесу повинно визначитись із цільовою аудиторією, на яку направлена діяльність компанії
Канали збуту	Способи взаємодії із клієнтом
Відносини зі споживачами	Способи комунікації між підприємством і споживачами, що визначаються, створюються, організуються та управляються компанією
Управління інфраструктурою	
Структура вартості	Визначення переліку та вартості ресурсів, необхідних для здійснення ефективної діяльності компанії
1	2
Можливості	Здатність компанії дотримуватися визначеної стратегії та здійснювати щоденний перелік дій, направлених на створення цінності для кінцевого споживача
Партнерство	Спосіб взаємодії між двома або більше підприємствами з метою створення більшої цінності для кінцевого споживача
Фінансові аспекти	
Структура витрат	Перелік поточних і потенційних витрат, що можуть бути понесені підприємством у процесі здійснення господарської діяльності
Модель доходів	Визначення різних джерел доходів компанії у загальній структурі доходів

Використання запропонованої моделі підприємств е-бізнесу дозволить побудувати ефективну систему управління із врахуванням вимог як внутрішнього, так і зовнішнього середовища та створити необхідну систему комунікацій на ньому.

Л.О. Кирильєва, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Д.Д. Шеховцова, канд. екон. наук, асист. (*ХДУХТ, Харків*)

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ТА ОЦІНКА ОБЛІКОВО- АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Діяльність кожного сучасного підприємства в умовах трансформації ринкової економіки передбачає організацію процесу управління витратами, ефективність та результативність якого напряму залежить від обсягу, глибини та якості обліково-аналітичного забезпечення.

Функціональними складовими організації обліково-аналітичного забезпечення управління витратами є інформаційна, методична та технологічна. Так, інформаційна складова реалізується через побудову ефективної системи накопичення даних (спостереження, вимірювання, оцінка та документування), перетворення даних (облік, обчислення, калькулювання, інвентаризація), створення вихідної інформації (звітність, аналіз, контроль, планування) з метою забезпечення адресного використання даних для прийняття рішень. Координація та регулювання процесу управління витратами здійснюється на основі інформації в розрізі таких видів: нормативно-довідкової, облікової, контрольно-аналітичної, прогнозної, інформації зовнішнього середовища. Інформаційна складова механізму організації обліково-аналітичного забезпечення управління витратами ефективно функціонує шляхом формування бази даних та їх обміном за визначеними інформаційними каналами.

Відображення інформації в процесі організації обліково-аналітичного забезпечення здійснюється за допомогою чинних методик, що формують його наступну функціональну складову. Проведені дослідження сучасної методології обліку витрат для цілей управління показали існування значної кількості методичних підходів, що використовують в Україні, заснованих на класичних зарубіжних