

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В.О. Стахурський

Національний університет харчових технологій

Інтернет-технології є безумовною перевагою на шляху до успішного функціонування бізнесу. За останнє десятиліття впровадження таких технологій на підприємствах набуває все більшого розповсюдження, від найпростіших інструментів (e-mail чи месенджери) до глобального впровадження у бізнес-структуру (створення віртуальних підприємств). Йдеться навіть не про найновітніші складні розробки у сфері ІТ, а про застосування вже існуючих та простих технологій, які дедалі більше використовуються вітчизняними підприємствами. Розглянемо основні напрями застосування простих Інтернет-технологій та переваги, які отримує від цього суб'єкт господарювання.

У сфері внутрішньо організаційних комунікацій. Передача інформації від інституційного до управлінського та від управлінського до технічного рівня, а також вирішення питань в межах окремих організаційних структур та між структурами може успішно здійснюватись дистанційно за допомогою найпростіших Інтернет-технологій та хмарних технологій. Така практика дедалі більше поширюється на вітчизняних підприємствах і дозволяє отримати ряд переваг:

- 1) економія часу, підвищення оперативності вирішення питань;
- 2) економія витрат на опалення, освітлення та, у деяких випадках, амортизацію приміщень;
- 3) зменшення негативних проявів дії людського чинника;

4) зменшення адміністративних витрат (канцелярських витрат) тощо.

Впровадження електронного документообігу – нововведення, на яке переходять дедалі більше підприємств, також покликане посилити стан внутрішнього середовища підприємства за рахунок наступного: зниження собівартості товарів та послуг (скорочення адміністративних витрат); економія площ (раціональне використання або ліквідація реально існуючих, не віртуальних, складів та архівів документів); забезпечення оперативного доступу до документації для працівників та менеджерів; економія часу на передачу документів у необхідні інстанції; позиціонування підприємства на ринку як соціально-відповідального (піклування про навколишнє середовища) та підвищення іміджу підприємства в очах клієнтів та партнерів.

Створення дистанційних робочих місць. Така тенденція набула значного поширення за останній час, що, очевидно, пов'язане із відповідними перевагами, зокрема:

1) зниження собівартості за рахунок економії витрат на опалення та освітлення робочих місць, витрат на електроенергію, амортизаційних витрат;

2) уникнення так званих невинуватених витрат коштів та часу, акцент на фактичному результаті, а не на кількості відпрацьованих годин;

3) зменшення негативних проявів дії людського чинника (конфлікти в колективі, чутки, поширення неправдивої інформації тощо);

4) підвищення рівня лояльності працівників, збільшення їхньої мотивації, зменшення плинності кадрів (за умови ефективної організації роботи на віддалених робочих місцях, надання більшої свободи та, водночас, націленості на результат).

Інтернет-технології у сфері просування заслуговують на окрему увагу. Загальновідомими інструментами є Інтернет-реклама та e-mail-розсилки, однак дедалі більше підприємств зменшують частку таких інструментів на користь нативної реклами чи використання послуг бренд-амбасадорів, застосування продакт-плейсмент та інших прогресивніших методів просування продукції. Втім, навіть за умови використання давно відомих Інтернет-технологій

просування, необхідно дотримуватись певних правил, які забезпечать їхню ефективність у сучасному світі. Зокрема, серед правил цивілізованого e-mail-маркетингу, виділяють наступні: попередня згода клієнта на e-mail-розсилку, добровільна передача ним своїх даних, в т.ч. застосування так званого "double opt-in" при формуванні бази підписчиків; можливість для клієнта відмовитись від розсилки у будь-який час; наявність зворотного зв'язку із відправником [2].

Впровадження технологій e-commerce надають ряд переваг в усіх сферах: B2B (біржі, аукціони, каталоги), B2C (Інтернет-магазини, Web-вітрини, соціальні мережі), C2C (різноманітні дошки оголошень, на зразок OLX), C2B (особливо проекти, засновані на краудсорсінгу), B2A (он-лайн транзакції між підприємствами та державним управлінням), C2A (он-лайн сплата податкових платежів, подача податкових декларацій, оплата комунальних послуг тощо) [1].

Таким чином, Інтернет-технології у всіх сферах бізнесу покликані принести ряд переваг: економія постійних і змінних витрат, економія часу, націленість роботи на результат, а не на кількісний вимір відпрацьованого часу, зменшення негативного прояву дії людського чинника, оперативний доступ до інформації тощо.

Література

1. Фартович Д. Електронна комерція як ніша для бізнесу / Д. Фартович // Fintramplin. Все про заробіток в Інтернеті. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fintramplin.com/elektronna-komertsiya/#>.
2. Черняховская Т. Н. Интернет-технологии в продвижении продукции / Т.Н. Черняховская // Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://the-books.biz/marketing-predpriyatii-uch/internet-tehnologii-prodvijenii-24603.html>.