

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

© 2015 КОРЯГІН М. В., ПЛОТНИЧЕНКО І. Б.

УДК 657:658.84:004.738

Корягін М. В., Плотніченко І. Б. Методика оцінювання ефективності електронної комерційної діяльності підприємств

Стаття присвячена вдосконаленню методики оцінювання ефективності електронної комерційної діяльності підприємств. Проаналізовано існуючі наукові підходи щодо оцінки ефективності електронної комерції. Сформовано джерела інформаційного забезпечення аналітичної оцінки основних показників онлайн-комерції на основі запропонованих субрахунків бухгалтерського обліку доходів, витрат і фінансових результатів із урахуванням сфер комерційної діяльності підприємств. Розроблено систему показників оцінювання результатів та ефективності діяльності підприємств сфери електронної комерції. За думкою авторів, наведені пропозиції дають змогу оцінити масштабність та ефективність провадження електронної комерційної діяльності підприємств, виявити можливі резерви підвищення результативності їх діяльності, визначити проблеми щодо стратегії й тактики поведінки на онлайн-ринку та розробити заходи з реалізації поставлених завдань, обґрунтувати оптимальні рішення керівництва.

Ключові слова: електронна комерція, електронна комерційна діяльність, ефективність, методика, оцінювання, фінансові результати, рентабельність.

Табл.: 2. Бібл.: 13.

Корягін Максим Вікторович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри бухгалтерського обліку, Львівська комерційна академія (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: maxuza@rambler.ru

Плотніченко Ірина Богданівна – старший викладач кафедри обліку і аудиту, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Горбачевського, 18, Львів, 79044, Україна)

E-mail: iryna295@mail.ru

УДК 657:658.84:004.738

Корягин М. В., Плотниченко И. Б. Методика оценки эффективности электронной коммерческой деятельности предприятий

Статья посвящена усовершенствованию методики оценки эффективности электронной коммерческой деятельности предприятий. Проанализированы существующие научные подходы к оценке эффективности электронной коммерции. Сформированы источники информации для обеспечения аналитической оценки основных показателей онлайн-комерции на основе предложенных субсчетов бухгалтерского учета доходов, расходов и финансовых результатов с учетом сфер коммерческой деятельности предприятий. Разработана система показателей оценки результатов и эффективности деятельности предприятий сферы электронной коммерции. По мнению авторов, приведенные предложения позволяют оценить масштабность и эффективность осуществления электронной коммерческой деятельности предприятий, выявить возможные резервы повышения результативности их деятельности, определить проблемы по стратегии и тактике поведения на онлайн-рынке, разработать меры по реализации поставленных задач, обосновать оптимальные решения руководства.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная коммерческая деятельность, эффективность, методика, оценка, финансовые результаты, рентабельность.

Табл.: 2. Библ.: 13.

Корягин Максим Викторович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры бухгалтерского учета, Львовская коммерческая академия (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: maxuza@rambler.ru

Плотниченко Ирина Богдановна – старший преподаватель кафедры учета и аудита, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Горбачевского, 18, Львов, 79044, Украина)

E-mail: iryna295@mail.ru

UDC 657:658.84:004.738

Koryagin M. V., Plotnichenko I. B. Methods of Evaluating the Efficiency of E-Business in Enterprises

The article is concerned with improvement of the methodology for evaluating the efficiency of e-business in enterprises. The existing scientific approaches to evaluation of efficiency of e-commerce have been analyzed. Sources of information support to provision of an analytical evaluating of the major indicators of e-commerce, based on the proposed sub-accounts for accounting incomes, expenses and financial results, with regard to spheres of commercial activity, have been formed. A system of indicators to evaluate results and efficiency of e-business enterprises has been developed. According to the authors, the cited proposals provide for evaluation of the scope and efficiency of implementation the e-business activity by enterprises, identifying possible reserves to increase effectiveness of their activities, determining the issues of strategy and tactics to conduct at the online market, developing measures to implement the set tasks, justifying the optimal solutions by executives.

Keywords: e-commerce, e-business, efficiency, methodology, evaluation, financial results, profitability.

Tabl.: 2. Bibl.: 13.

Koryagin Maksym V. – Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Department of Accounting, Lviv Academy of Commerce (vul. Tugan-Baranovskogo, 10, Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: maxuza@rambler.ru

Plotnichenko Iryna B. – Senior Lecturer of the Department of Accounting and Auditing, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Gorbachevskogo, 18, Lviv, 79044, Ukraine)

E-mail: iryna295@mail.ru

Практика підтверджує, що в останні роки вітчизняними суб'єктами господарювання прискорено запроваджуються сучасні інформаційно-комунікаційні технології та рішення щодо створення інформаційних ресурсів і застосування електронних технологій для ведення бізнесу з метою підвищення конкурентоспроможності. Очікуваним наслідком про-

вадження електронної комерції, що супроводжується розширенням ринку збуту та зниженням експлуатаційних витрат, є підвищення ефективності діяльності підприємств. За таких умов необхідність аналітичної оцінки електронної комерційної діяльності вітчизняних підприємств очевидна. Налагоджена система інформаційного забезпечення управлінської ланки щодо

результатів його діяльності є необхідною передумовою ефективного управління та успішної роботи будь-якого підприємства. Таким чином, дослідження та розвиток методики аналітичного оцінювання ефективності електронної комерційної діяльності підприємств України особливо актуальні в умовах сьогодення.

Значний внесок у наукове та практичне дослідження проблем ефективності діяльності господарюючих суб'єктів зробили українські та зарубіжні вчені та практики, зокрема В. Г. Андрійчук, П. С. Березівський, Т. А. Говорушко, Я. В. Догадайло, М. О. Кизим, Н. І. Климаш, О. Є. Кузьмін, А. В. Куценко, Є. В. Мних, Г. В. Савицька, О. М. Тищенко, М. Г. Чумаченко, І. Й. Яремко та багато інших. Разом з тим, серед науковців відсутнє однозначне тлумачення поняття «ефективність», наукові дискусії тривають щодо трактування видів ефективності, сутності й змісту таких понять, як «ефективність виробництва», «ефективність господарської діяльності», «ефективність функціонування», «ефективність бізнесу», тощо. Неоднакові погляди вчених прослідковується й щодо методів оцінювання ефективності роботи підприємств з урахуванням різного ступеня деталізації показників та багатьох факторів і критеріїв. Зокрема, у праці [1, с. 109] для оцінки ефективності діяльності підприємства пропонується застосовувати інтегральний показник як суму індексів, які характеризують виробничу діяльність, стан розрахунків, використання оборотних активів, трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Питання ефективності електронної комерції та методики її аналітичної оцінки піднімалися в наукових працях багатьох дослідників, серед яких Л. С. Березіна, С. М. Деньга, С. А. Дрожниця, М. З. Катинська, А. С. Крутова, І. В. Курташова, М. В. Макарова, І. П. Міщук, І. І. Свидрук, Л. Б. Самойленко, О. І. Шалева, І. О. Ярова та інші. Віддаючи належне розробкам науковців, слід зауважити, що проблеми оцінювання ефективності електронної комерційної діяльності підприємств на сьогодні вирішені не повністю. Відтак, особливо нагальним є подальше вивчення означеної проблематики.

Головними цілями даної праці є:

1. Проаналізувати існуючі наукові підходи щодо оцінки ефективності електронної комерції.
2. Сформулювати джерела інформаційного забезпечення аналітичної оцінки основних показників електронної комерційної діяльності.
3. Запропонувати показники оцінювання результатів та ефективності діяльності підприємств сфери електронної комерції.

Діагностика ефективності функціонування є важливим інструментом інформаційно-аналітичного забезпечення управління діяльністю суб'єктів електронної комерції. Як вказує Л. Б. Самойленко [2], застосування методів бізнес-аналітики сприяє ефективному управлінню підприємством, пов'язаним зі сферою електронної комерції.

Огляд літературних джерел засвідчив, що в наукових колах існують різні підходи щодо оцінки ефективності електронної комерції. Так, О. І. Шалевою зазначається, що ефективність систем електронної комерції

визначає міру відповідності комерційним потребам її суб'єктів, використаних у ній технологій, підходів, моделей і правил [3, с. 94]. Вчена вважає, що методики оцінки ефективності Internet-проектів базуються на таких показниках роботи, як кількість відвідувачів сайту, частота його відвідування та час, який проводить відвідувач на сайті [3, с. 95]. Разом з тим, виділяючи економічний, організаційний та маркетинговий напрями оцінки ефективності електронної комерції, автор наголошує, що ефективність електронного бізнесу першочергово забезпечується за рахунок мінімізації витрат обігу, під якими розуміється сукупність витрат на забезпечення торговельно-технологічного процесу та трансакційних витрат, тобто витрат, пов'язаних з постановкою проблеми, інформаційним забезпеченням, веденням переговорів, укладанням і виконанням контракту [3, с. 95].

Підхід до аналізування електронної комерційної діяльності, оснований на маркетингових дослідженнях, простежується і в розробках інших учених, зокрема М. В. Макарової [4], І. І. Ярової [5], О. В. Березіна [5], Л. С. Винарника [6], А. Н. Щедрина [6], М. В. Коупленда [7] та ін. При цьому передбачаються розрахунки ефективності банерної реклами на основі аналізу контингенту відвідувачів, ефективності перетворення відвідувачів Веб-сервера віртуального магазину в покупців, ефективності повторних відвідувань, тощо. Додаткові можливості надають сучасні системи Веб-аналітики, наприклад Google Analytics [8] пропонують відслідковувати дані електронної комерції за допомогою визначення коефіцієнта конверсії, тобто відсотка відвідувань, що спричинили трансакції електронної комерції, середньої вартості замовлення, а також розрахунку ефективності послідовності оформлення та здійснення покупки, ефективності продукту на основі оцінки доходу від збуту продукту, кількості проданих одиниць, середньої ціни, обсягу повернутих коштів, ін.

Зазначені показники вказують на дієвість створеної системи електронної комерції через ефективність проведення маркетингової програми реалізації і просування Веб-сервера в середовищі Інтернет. Втім, не зменшуючи важливості даної методики, міра задоволення інтересів клієнтів як основних учасників онлайн-діяльності не є одним із першорядних показників ефективності електронного бізнесу та не дає системного розуміння результативності й оцінки майбутнього розвитку цієї діяльності.

Ряд вітчизняних і зарубіжних дослідників, серед яких І. Бондар, Я. Г. Берсуцький, Л. С. Винарник, К. Ф. Ковальчук, І. В. Курташова, М. В. Макарова, В. Л. Плєскач, А. С. Пуряєв, С. Н. Смірнов, Г. Ф. Юсупова, І. О. Ярова та інші, розглядають також операційну, інвестиційну та функціональну ефективність електронної комерції.

Своєю чергою В. А. Нецветаєв, Є. В. Кочура, Л. А. Манелюк показники ефективності електронних магазинів розділяють на три основні групи: показники оцінки ефективності створення (інвестиційного проекту); показники оцінки ефективності функціонування; показники оцінки вартості бізнесу (комерції) (загальної вартості володіння – TCO) [9, с. 67–69].

Аналізуючи основні методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємств електронної торгівлі, М. З. Катинська та І. П. Міщук [10, с. 181] провідну роль віддають економічним показникам. При цьому авторами наголошується на необхідності дотримання основних вимог щодо методики економічного вимірювання ефективності торговельних підприємств, серед яких відзначені динамічність, комплексність, простота, адекватність, інтегрованість, формалізованість, цільова орієнтованість, а також відповідність між отриманих результатом (ефектом) та факторами, що зумовили отримання цього результату [10, с. 181].

На думку А. С. Крутової: «ефективність електронної комерції слід розглядати як комплексну категорію, складовими якої є економічна, технологічна, соціальна та екологічна ефективність» [11, с. 110]. На особливу увагу заслуговує наукова доробка Крутової А. С., якою запропоновано методику оцінки економічної ефективності систем електронної комерції як сукупність елементів маркетингової, інвестиційної та функціональної ефективності. При цьому для оцінювання ефективності функціонування систем електронної комерції за основу взяті показники оцінки майнового стану, ліквідності, фінансової стійкості та ділової активності підприємств, серед числа яких наводиться рентабельність продажів [11, с. 110–113]. Для проведення комплексної діагностики діяльності підприємства електронної комерції вченою представлено інтегрований показник економічної ефективності, до формули розрахунку якого введено критерій рейтингу у вигляді розробленої матриці специфічних значень показників [11, с. 113–115].

Поділяємо погляд науковців, що рівень ефективності діяльності суб'єкта електронної комерції, як і будь-якого підприємства, перш за все визначають фінансові результати, отримані внаслідок цієї діяльності. Прибуток є інструментом управління діяльністю підприємства електронної комерції. На основі результатів аналізу прибутковості приймаються управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта та визначення подальших напрямів його розвитку.

Під час аналітичного оцінювання враховується вплив різноманітних чинників на формування абсолютного розміру прибутку та рентабельність підприємства, таких як сфера діяльності, напрям економічної діяльності, рівень організації виробництва й управління, структура капіталу та його джерела формування, ступінь використання ресурсів, обсяг, якість і структура продукції, витрати на виробництво виробів, прибуток за видами діяльності та спрямування його використання тощо.

Умови здійснення онлайн комерції як паралельного напрямку до традиційної комерційної діяльності вимагають додаткових аналітичних досліджень. Застосування загальновідомої методики фінансового аналізу для оцінки результатів та ефективності діяльності підприємств, що здійснюють електронну комерцію, потребує подальшого розвитку. Як стверджує С. А. Дражниця: «визначити рентабельність чисто онлайнних продавців –

більш просте завдання, ніж оцінка ефективності роботи онлайнного підрозділу офлайнової мережі» [12].

Проведення аналітичних процедур для оцінки результативності діяльності суб'єкта електронної комерції передбачає наявність відповідного інформаційного забезпечення. Базисом для здійснення аналізу показників ефективності діяльності є обліково-звітні джерела інформації. У системі бухгалтерського обліку і звітності мають накопичуватися дані, на основі яких уможливитиметься аналіз основних показників діяльності підприємства електронної комерції. На нашу думку, джерелом аналітичної інформації про обсяги й склад доходів, витрат і результатів від операцій в системі електронної (онлайн) комерції є дані запропонованих нами субрахунків бухгалтерського обліку [13] (табл. 1).

Для аналізу результатів та ефективності електронної комерційної діяльності підприємства рекомендуємо використовувати показники, наведені в табл. 2.

Запропоновані показники дають змогу оцінити масштабність та ефективність провадження електронної комерційної діяльності суб'єкта господарювання, виявити можливі резерви підвищення результативності його діяльності, визначити проблеми щодо стратегії і тактики поведінки на онлайн-ринку та розробити заходи з реалізації поставлених завдань, обґрунтувати оптимальні рішення керівництва.

ВИСНОВКИ

Підбиваючи підсумки проведеного дослідження, зазначимо, що здійснення аналізу результатів та ефективності електронної комерційної діяльності із застосуванням розроблених показників на основі запропонованого інформаційного забезпечення має важливе значення для оцінки поточного економічного стану підприємства – суб'єкта електронної комерції, перспектив його функціонування. Використання наведених аналітичних даних забезпечує можливість формування статистичної звітності про обсяги електронної торгівлі, що певною мірою сприятиме вирішенню проблеми нестачі інформації щодо розвиненості онлайн комерції на рівні держави.

Перспективами подальших досліджень є висвітлення проблем теоретико-методичних засад контролю електронної комерції. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Кобелев В. М.** Методичні підходи щодо визначення і оцінки ефективності господарської діяльності підприємства / В. М. Кобелев, Д. Ю. Слатін, К. Ю. Соколов // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – № 33 (1076). – С. 100–111.
2. **Самойленко Л. Б.** Застосування технологій електронної комерції для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / Л. Б. Самойленко // Ефективна економіка. – 2015. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3997>
3. **Шалева О. І.** Електронна комерція: навч. посіб. / О. І. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
4. **Макарова М. В.** Інформаційні і мережні технології: оцінка продуктивності на макрорівні / М. В. Макарова // Економіка та держава. – 2006. – № 10. – С. 56–60.

Вихідні дані для оцінювання основних показників електронної комерційної діяльності

№ з/п	Назва показника	Умовне позначення	Джерело інформації
			Рахунки бухгалтерського обліку (алгоритм розрахунку)
1	Чистий дохід від реалізації товарів (продукції, робіт, послуг) у системі електронної (онлайн) комерції	ЧД _{ек}	Д ^т рах. 702.2 * (701.2 *, 703.2 *) в кореспонденції з К ^т 791.2 * за «→» Д ^т рах. 704.2 *
2	Собівартість реалізованих товарів (продукції, робіт, послуг) у системі електронної (онлайн) комерції	СВ _{ек}	К ^т рах. 902.2 * (901.2 *, 903.2 *) в кореспонденції з Д ^т 791.2 *
3	Валовий прибуток від реалізації в системі електронної (онлайн) комерції	ВП _{ек}	ЧД _{ек} – СВ _{ек}
4	Інші операційні доходи від здійснення електронної (онлайн) комерції	ІОД _{ек}	Д ^т 74 (у розрізі субрахунків).2* в кореспонденції з К ^т 791.2 *
5	Операційні витрати звітного періоду на здійснення електронної (онлайн) комерції	ОВ _{ек}	К ^т рах. 92.2 *, 93.2 *, 94 (у розрізі субрахунків).2* в кореспонденції з Д ^т 791.2 *
6	Прибуток від операцій в системі електронної (онлайн) комерції	ОП _{ек}	ВП _{ек} + ІОД _{ек} – ОВ _{ек}
7	Сукупний чистий дохід реалізації товарів (продукції, робіт, послуг)	ЧД _{заг}	Д ^т рах. 702 (701, 703) в кореспонденції з К ^т 791 за «→» Д ^т рах. 704
8	Загальна величина собівартості реалізації товарів (продукції, робіт, послуг)	СВ _{заг}	К ^т рах. 902 (901, 903) в кореспонденції з Д ^т 791
9	Сукупний валовий прибуток підприємства	ВП _{заг}	ЧД _{заг} – СВ _{заг}
10	Сукупні інші операційні доходи діяльності	ІОД _{заг}	Д ^т 74 в кореспонденції з К ^т 791
11	Загальна сума операційних витрат звітного періоду	ОВ _{заг}	К ^т рах. 92, 93, 94 в кореспонденції з Д ^т 791
12	Загальна сума операційного прибутку	ОП _{заг}	ВП _{заг} + ІОД _{заг} – ОВ _{заг}

Примітка: * – запропоновані автором субрахунки.

Джерело: авторська розробка на основі проведеного дослідження.

Таблиця 2

Показники оцінювання результатів та ефективності електронної (онлайн) комерційної діяльності

№ з/п	Назва показника	Аналітичний зміст показників	Формула розрахунку
1	2	3	4
1. Показники результатів електронної комерційної діяльності (в умовах поєднання електронної та традиційної комерції)			
1.1	Коефіцієнт онлайн доходності, ум. од.	Частка чистого доходу від реалізації в системі електронної (онлайн) комерції в сукупному чистому доході від реалізації	$K_{ЧД\text{ек}} = ЧД\text{ек} / ЧД\text{заг}$
1.2	Коефіцієнт собівартості онлайн реалізації, ум. од.	Питома вага собівартості реалізації в системі електронної (онлайн) комерції у загальній величині собівартості реалізації	$K_{СВ\text{ек}} = СВ\text{ек} / СВ\text{заг}$
1.3	Коефіцієнт валової онлайн прибутковості, ум. од.	Питома вага валового прибутку від операцій в системі електронної (онлайн) комерції відносно сукупного валового прибутку підприємства	$K_{ВП\text{ек}} = ВП\text{ек} / ВП\text{заг}$
1.4	Коефіцієнт операційної онлайн прибутковості, ум. од.	Частка прибутку від операцій в системі електронної (онлайн) комерції в загальній сумі операційного прибутку підприємства	$K_{ОП\text{ек}} = ОП\text{ек} / ОП\text{заг}$
1.5	Коефіцієнт операційних онлайн витрат, ум. од.	Доля операційних витрат, понесених при здійсненні операцій в системі електронної (онлайн) комерції, в загальній сумі операційних витрат підприємства	$K_{ОВ\text{ек}} = ОВ\text{ек} / ОВ\text{заг}$
1.6	Коефіцієнт витратомісткості онлайн комерції, ум. од.	Питома вага витрат на здійснення електронної (онлайн) комерції в загальній сумі витрат підприємства – суб'єкта електронної комерції	$K_{ВМ\text{ек}} = (СВ\text{ек} + ОВ\text{ек}) / (СВ\text{заг} + ОВ\text{заг})$

1	2	3	4
2. Показники ефективності електронної комерційної діяльності			
Витратні показники			
2.1	Коефіцієнт рентабельності товарів, проданих онлайн, ум. од.	Валовий прибуток від продажів у системі електронної комерції з однієї гривні собівартості реалізації в системі електронної (онлайн) комерції	$K_{вр\text{св} \text{ек}} = ВП \text{ек} / СВ \text{ек}$
2.2	Коефіцієнт операційної рентабельності онлайн-витрат, ум. од.	Прибуток, отриманий від операцій в системі електронної (онлайн) комерції, з однієї гривні витрат, понесених при здійсненні електронної (онлайн) комерційної діяльності	$K_{ор\text{б}} \text{ек} = ОП \text{ек} / (СВ \text{ек} + ОВ \text{ек})$
2.3	Коефіцієнт покриття собівартості онлайн реалізації, ум. од.	Чистий дохід від електронної (онлайн) реалізації на одну гривню собівартості реалізації в системі електронної (онлайн) комерції	$K_{п\text{св}} \text{ек} = ЧД \text{ек} / СВ \text{ек}$
2.4	Коефіцієнт окупності онлайн-витрат, ум. од.	Витрати на здійснення електронної комерційної діяльності, що їх зазнає підприємство, щоб одержати одну гривню чистого доходу від електронної (онлайн) реалізації	$K_{ов} \text{ек} = (СВ \text{ек} + ОВ \text{ек}) / ЧД \text{ек}$
Доходні показники			
2.5	Коефіцієнт валової рентабельності онлайн-продажу, ум. од.	Валовий прибуток від продажів у системі електронної (онлайн) комерції з однієї гривні чистого доходу від електронної (онлайн) реалізації	$K_{врп} \text{ек} = ВП \text{ек} / ЧД \text{ек}$
2.6	Коефіцієнт операційної рентабельності онлайн доходу, ум. од.	Прибуток, отриманий від операцій в системі електронної (онлайн) комерції, з однієї гривні операційного доходу від здійснення електронної (онлайн) комерційної діяльності	$K_{орп} \text{ек} = ОП \text{ек} / (ЧД \text{ек} + ІОД \text{ек})$

Джерело: авторська розробка на основі проведеного дослідження.

5. Ярова І. О. Методологічні підходи до визначення ефективності впровадження Інтернет-технологій у просуванні товаропотоків / І. О. Ярова, О. В. Березін // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 12 (78). – С. 208–216.

6. Винарник Л. С. Онлайн-бизнес: сущность и показатели функционирования, развития / Л. С. Винарник, А. Н. Щедрин // Економіка промисловості. – 2005. – № 3 (29). – С. 91–96.

7. Коупленд М. В. Конец бумажной эры / М. В. Коупленд // Компаньон. – 2009. – № 15 (636). – 17–23 апреля. – С. 40–43.

8. Аналіз даних електронної комерції // Офіційний веб-сайт Google Analytics – Веб-аналітика та звітування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://support.google.com/analytics/answer/6014873?hl=uk>

9. Нецветаєв В. А. Ефективність інформаційних систем : навч. посіб. / В. А. Нецветаєв, Є. В. Кочура, Л. А. Манелюк ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – 190 с.

10. Катинська М. З. Методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства електронної торгівлі / М. З. Катинська, І. П. Міщук // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – Вип. 36. – С. 178–182.

11. Крутова А. С. Проблеми аналізу економічної ефективності електронної комерції / А. С. Крутова // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 5. – С. 107–119.

12. Дращиця С. А. Деякі методичні підходи щодо оцінки ефективності онлайн-ритейлу / С. А. Дращиця // Ефективна економіка. – 2014. – № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2843>

13. Корягін М. В. Удосконалення обліку доходів, витрат та фінансових результатів підприємств сфери електронної комерції / М. В. Корягін, І. Б. Плотніченко // Облік і фінанси / Accounting and Finance. – Київ, 2014. – № 2. – С. 24–31.

REFERENCES

“Analiz danykh elektronnoi komertsii” [Analysis of data from electronic commerce]. Ofitsiyni veb-sait Google Analytics – Veb-analytika ta zvituvannia. <https://support.google.com/analytics/answer/6014873?hl=uk>

Drazhnytsia, S. A. “Deiaki metodychni pidkhody shchodo otsinky efektyvnosti onlain-riteilu” [Some methodological approaches to evaluating the effectiveness of online retail]. Efektivna ekonomika. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2843>

Kouplend, M. V. “Konets bumazhnoy ery” [The end of the paper era]. *Kompanyon*, no. 15 (636) (2009): 40-43.

Kobieliiev, V. M., Slatin, D. Yu., and Sokolov, K. Yu. “Metodychni pidkhody shchodo vyznachennia i otsinky efektyvnosti hospodarskoi diialnosti pidpriemstva” [Methodological approaches to identify and evaluate business enterprises]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 33 (1076) (2014): 100-111.

Katynska, M. Z., and Mishchuk, I. P. “Metodychni pidkhody do otsiniuvannia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva elektronnoi torhivli” [Methodological approaches to evaluating the effectiveness of enterprise e-commerce]. *Visnyk Lvivskoi komertsii akademii*. http://www.lac.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovi_Vydannya/Vydan_Ekon/Docs/Visnyk_Ekonomika_Vypusk36.pdf

Krutova, A. S. “Problemy analizu ekonomichnoi efektyvnosti elektronnoi komertsii” [Problems of cost-effectiveness analysis of e-commerce]. *Visnyk KNTEU*. <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2011/05/10.pdf>

Koriahin, M. V., and Plotnichenko, I. B. “Udoskonalennia obliku dokhodiv, vytrat ta finansovykh rezultativ pidpriemstv sfery elektronnoi komertsii” [Improvement of income, expenses and financial performance of e-commerce]. *Oblik i finansy*. <http://www.af.org.ua/ua/article/166/>

Makarova, M. V. "Informatsiini i merezhni tekhnologii: otsinka produktyvnosti na makrorivni" [Information and network technology: assessment of performance at the macro level]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 10 (2006): 56-60.

Netsvetaiev, V. A., Kochura, Ye. V., and Maneliuk, L. A. *Efektivnist informatsiinykh system* [The effectiveness of information systems]. Dnipropetrovsk: NHU, 2014.

Samoilenko, L. B. "Zastosuvannia tekhnologii elektronnoi komertsii dlia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianskykh pidpriemstv" [The use of e-commerce technologies to enhance the competitiveness of domestic enterprises]. *Efektivna ekonomika*. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3997>

Shaleva, O. I. *Elektronna komertsiiia* [E-commerce]. Kyiv: Tsen-tr uchbovoi literatury, 2011.

Vinarnik, L. S., and Shchedrin, A. N. "Onlaynovyy elektronnyy biznes: sushchnost i pokazateli funktsionirovaniya, razvitiya" [Online e-business: the nature and functioning of the indicators of development]. *Ekonomika promyslovosti*, no. 3 (29) (2005): 91-96.

Yarova, I. O., and Berezin, O. V. "Metodolohichni pidkhody do vyznachennia efektyvnosti vprovadzhennia Internet-tekhnologii u prosuvanni tovaropotokiv" [Methodological approaches to effectiveness of the implementation of Internet technologies in promoting trade flows]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 12 (78) (2007): 208-216.

УДК 338

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ІТ

© 2015 ЧИЖОВ В. А.

УДК 338

Чижов В. А. Основні напрямки антикризового управління у сфері ІТ

Метою статті є аналіз основних напрямків антикризового управління у сфері ІТ. Визначено поняття «кризис-менеджмент», «план безперервної діяльності». Розглянуто напрями управління підприємством під час кризи. Заперечується підхід до визначення кризи на підприємстві з точки зору аналізу виключно фінансового стану господарюючого суб'єкта, коли на перший план виноситься або реальне погіршення фінансових показників, або прогноз зниження прибутковості. Стверджується, що аналіз кризи на підприємстві має бути комплексним, спрямованим на виявлення та усунення внутрішніх факторів кризи, розробку комплексу планів попереднього реагування на виникнення надзвичайних ситуацій і постійний моніторинг та аналіз зовнішніх факторів впливу на роботу організації. Розглянуто підходи до управління ІТ-структурами в кризовий період шляхом оптимізації роботи внутрішньої ІТ-структури на основі впровадження процесів COBIT, що забезпечує бізнес актуальною інформацією в потрібний час з відповідним рівнем безпеки, чи ITSM, яка орієнтована на надання послуг швидше, дешевше та якісніше за своїх конкурентів. Також обґрунтовано доцільність передачі окремих ІТ-процесів в управління аутсорсинговим компаніям.

Ключові слова: криза на підприємстві, кризис-менеджмент, план безперервної діяльності, ІТ-процеси, аутсорсинг.

Рис.: 1. **Бібл.:** 12.

Чижов Вадим Анатолійович – аспірант, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, Київ, 03680, Україна)
E-mail: v_chyzhov@ukr.net

УДК 338

Чижов В. А. Основные направления антикризисного управления в сфере ИТ

Целью статьи является анализ основных направлений антикризисного управления в сфере ИТ. Определены понятия «кризис-менеджмент», «план непрерывной деятельности». Рассмотрены направления управления предприятием во время кризиса. Отрицается подход к определению кризиса на предприятии с точки зрения анализа исключительно финансового состояния хозяйствующего субъекта, когда на первый план выносятся или реальное ухудшение финансовых показателей, или прогноз снижения доходности. Утверждается, что анализ кризиса на предприятии должен быть комплексным, направленным на выявление и устранение внутренних факторов кризиса, разработку комплекса планов предварительного реагирования на возникновение чрезвычайных ситуаций и постоянный мониторинг и анализ внешних факторов влияния на работу организации. Рассмотрены подходы к управлению ИТ-структурами в кризисный период путем оптимизации работы внутренней ИТ-структуры на основе внедрения процессов COBIT, что обеспечивает бизнес актуальной информацией в нужное время с соответствующим уровнем безопасности, или ITSM, ориентированной на предоставление услуг быстрее, дешевле и качественнее своих конкурентов. Также обоснована целесообразность передачи отдельных ИТ-процессов в управление аутсорсинговим компаниям.

Ключевые слова: кризис на предприятии, кризис-менеджмент, план непрерывной деятельности, ИТ-процессы, аутсорсинг.

Рис.: 1. **Библ.:** 12.

Чижов Вадим Анатольевич – аспирант, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, Киев, 03680, Украина)
E-mail: v_chyzhov@ukr.net

UDC 338

Chyzhov V. A. The Main Directions of Crisis Management in the IT-Sphere

The article is aimed at analyzing the major directions of crisis management in the IT-sphere. The concepts of «crisis management», «business continuity plan» have been defined. Directions of enterprise management in times of crisis have been considered. The article rejects the approach to defining crisis at enterprise from the point of view of analysis of the economic entity's financial status exclusively, when in the foreground either the actual deterioration in financial performance, or forecast of a declining profitability is presented. It is specified that analysis of crisis at enterprise must be integrated, aimed at the identification and removal of internal factors of the crisis, developing a set of preliminary plans for responding to emergencies and ongoing monitoring together with analyzing external factors of influence on the work of organization. Approaches to the management of IT-structures in crisis period have been considered through optimizing the work of internal IT-structure on the basis of implemented COBIT processes, which supplies business with relevant information timely and with the appropriate level of security, or ITSM processes that are oriented to provide service faster, cheaper and better as the competitors. Also the expedience of transfer of the management of individual processes to outsourcing companies has been substantiated.

Keywords: crisis at the enterprise, crisis management, business continuity plan, IT-processes, outsourcing.

Fig.: 1. **Bibl.:** 12.

Chyzhov Vadym A. – Postgraduate Student, Kyiv National Economic University named after V. Getman (pr. Peremogy, 54/1, Kyiv, 03680, Ukraine)
E-mail: v_chyzhov@ukr.net