

Олександра СНОПКОВА,

студентка 4 курсу

спеціальності менеджмент

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

м. Мелітополь, Україна

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Агропромислові підприємства входять до системи галузей народного господарства, а саме – агропромислового комплексу (АПК), та відповідають за виробництво і доставку продукції до споживача. Щоби краще задовольняти потреби населення та отримувати більший прибуток, ці підприємства вимушені враховувати інноваційні тенденції та застосовувати у своїй діяльності провідні технології.

Оскільки Інтернет є зовсім новим комунікаційним середовищем, відмінним від традиційних засобів інформації, недоцільно застосовувати загальновідомі методи розповсюдження виробленої продукції. Крім цього, широкі можливості Інтернету зумовлюють появу складних завдань їхньої реалізації при побудові підприємствами системи маркетингу підприємства і вимагають адаптації старих або розробки нових методів реалізації [1].

Проблемам Інтернет-комунікацій підприємств, підвищенню цінності послуг і продуктів для клієнта приділяють увагу вчені та фахівці. Серед них відзначимо розробки В. С. Старостіна, А. Е. Жичкиної, Г. Л. Азоєва, Т. Соніної, О. П. Челенкова, Т. Рижикової та інших.

Завдяки своїм можливостям, Інтернет дозволяє розміщувати необхідні дані на різних майданчиках, більш оперативно, у той же час як традиційні засоби масової інформації, обмежені періодичністю, мають обмеження за часом і трансляцією інформації. Інтернет же не має обмежень. Ще однією відмінною рисою, є те, що одну й ту ж інформацію, можна розмістити на необхідних майданчиках одночасно, це і підвищує привабливість мережі Інтернет.

Використання Інтернету, як каналу комунікації, виправдано для компанії у тому випадку, якщо його застосування сприяє залученню потенційних клієнтів і успішній комунікації підприємства зі своєю цільовою аудиторією [5].

В сучасних економічних умовах розвиток мережі Інтернет сприяє створенню нового виду економіки. Зараз економіка – це система, яка застосовує та впроваджує сучасні технології за допомогою розвинутої глобальної мережі, а її лідерами стають підприємства, які здійснюють свій бізнес через Інтернет [2].

З розвитком сучасних технологій, а особливо мережі Інтернет, з'явилося таке поняття як Інтернет-комунікації. Інтернет-комунікації – це такі методи спілкування, при яких передача інформації відбувається по каналах Інтернету з використанням стандартних протоколів обміну і надання інформації. Інформація може передаватися в будь-якій формі – голос, відео, документі, миттєві повідомлення, файли [5]. Таке спілкування відіграє значну роль в активізації

інноваційної діяльності підприємства. Інструменти системи Інтернет-комунікацій, дозволяють підприємству передавати інформацію своїм клієнтам не тільки про певні товари чи послуги, а й за її допомогою просувати на ринок інформацію про свою компанію.

Застосування Інтернет-комунікації має певні переваги [3]:

- по-перше, більш точне охоплення цільової аудиторії за рахунок розміщення інформації на тематичних Інтернет-сайтах, за рахунок вибору необхідного географічного сегменту Інтернет та за рахунок розміщення інформації у певний час;

- по-друге, можливість аналізу поведінки відвідувачів на сайті та удосконалення сайту, продукту і його реалізації відповідно до результатів такого «відстеження»;

- по-третє, постійна доступність інформації до цільової аудиторії;

- по-четверте, висока гнучкість комунікативної програми, оскільки існує можливість коригувати або взагалі її змінити;

- по-п'яте, інтерактивність, оскільки споживач може взаємодіяти як із продавцем, так і з продуктом, вивчити його, спробувати і, якщо все підходить, придбати;

- по-шосте, значною перевагою Інтернет є його нижча вартість, порівняно з іншими засобами масових комунікацій [4].

Сучасний розвиток економіки, обумовлений наявністю нестабільних ситуацій і кризових явищ, які стимулюють підприємства до пошуку нових шляхів розвитку та активізації виробничої діяльності. У сучасному світі уміння підприємства вибудовувати систему взаємин з клієнтами стає однією з умов його успішної ринкової діяльності. Зважаючи на зазначене, саме концепція Інтернет-комунікацій у стратегічній перспективі має стати основою діяльності підприємств. Інтернет-комунікації на підприємстві сприяють не тільки розвитку у сфері технологій, а й у веденні бізнесу, забезпеченні конкурентних переваг підприємства, що, в свою чергу, дозволяє одержати кращі конкурентні позиції на ринку [5].

Таким чином, оцінюючи реалії українського ринку послуг у плані розвитку і використання комп'ютерних технологій, важливо відмітити, що зараз весь бізнес підприємств переміщується в Інтернет, тому будь-якому підприємству треба мати стратегію своєї діяльності. Якщо у підприємства немає подібної стратегії, то у нього немає майбутнього.

Список використаної літератури

1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: Підручник. / І.В. Бойчук, О.М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. –512 с.
2. Тиранський В. Електронна книга – неодмінний атрибут ХХІ століття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.observer.sd.org.ua.
3. Зуб Т.А. Просування послуг за допомогою засобів телекомунікації [Електронний ресурс] / Т.А Зуб, О.В. Зозульов– Режим доступу: <http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2013-10.pdf>

4. Пілюшенко В.Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. / В.Л. Пілюшенко. – Донецьк, 2005. – 204 с.
5. Рогалева Н.Л. Современная концепция имиджа организации // «Управление персоналом». 2007. - No 2 - с. 42-45.

Нонна СУРЖЕНКО,
к.е.н., доцент кафедри «Менеджмент»,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, м. Мелітополь
Валентин МУРАЛЬ,
здобувач вищої освіти СВО бакалавр, ОПП Менеджмент,

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасних умовах, коли динамічно розвивається наука і техніка, перед менеджерами постає задача – створити унікальний організаційний механізм для управління підприємством, щоб піддержувати та посилювати стабільну позицію компанії на ринку, швидко реагувати на зміни навколишнього середовища та стрімко розвиватися.

Поняття «Механізм» в загальному розумінні - це ряд станів процесу, які визначають будь - яку поведінку та явище. Також це може бути система, пристрій, що визначає послідовність будь - якої діяльності. [1, 2]

Механізм управління-це категорія управління, включаючи цілі управління, елементи об'єкта та пов'язані з ними зв'язки та дії, вжиті для досягнення цілей, методи впливу та матеріальні та фінансові ресурси, які керують потенціалом суспільства та організацій.

Організаційний механізм-це набір правил і норм, що знаходяться в середині організації, а також усіх економічних процесів, що здійснюються організацією для досягнення її основних цілей.

Існують такі основні елементи організаційної структури управління підприємством, а саме: структурні підрозділи управління на кожному його рівні; склад та структура функцій управління; чисельність працівників для виконання кожної управлінської функції; професійно – кваліфікаційний склад працівників апарату управління [2, 3].

Організаційний механізм управління підприємством ефективний лише за умови дотримання таких принципів: організаційна структура відповідає обраній стратегії; організаційна структура відповідає середовищу, в якому вона діє; між елементами організаційної структури немає протиріччя.

В теорії менеджменту виділяють такі основні елементи організаційного механізму управління підприємством, як мета управління; функції управління; технології управління; завдання управління; методи управління; правила та норми, що циркулюють в середині організації; організаційні процеси. [2, 5]

Функції управління є узагальненими напрямками сфери певної діяльності, які згуртовано забезпечують високу та ефективну працю .