

*Р. Р. Русин-Гриник,
доктор філософії, асистент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
Національний університет "Львівська політехніка"*

ORCID ID: 0000-0003-2895-6437

В. В. Фалдина,

*к. е. н., асистент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій,
ЗВО "Львівський університет бізнесу та права"*

ORCID ID: 0000-0002-2784-3150

О. В. Матяш,

*студент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
Національний університет "Львівська політехніка"*

ORCID ID: 0000-0003-3265-8643

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.2.100

ВПЛИВ ФАКТОРІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

R. Rusyn-Hrynyk,

PhD, Assistant of the Department of Entrepreneurship and Environmental
Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University

V. Faldyna,

PhD in Economics, Assistant of the Department of Business Economics
and Information Technology, Lviv University of Business and Law

O. Matiasz,

Student of the Department of Entrepreneurship and Environmental
Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University

THE INFLUENCE OF FACTORS ON THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES USING E-COMMERCE TECHNOLOGIES

Проаналізовано та обгрунтовано, що на фінансово-господарську діяльність підприємств, які використовують технології електронної комерції впливають ряд факторів. Відповідно до цього було запропоновано використання методу експертних оцінок, який показав, що ці фактори за різними класифікаційними ознаками належать до різнорідних груп. Запропонована класифікація факторів теоретично обгрунтована, оскільки наводить уточнення їхнього змісту, характеру, значущості і структурну подібність. Наведені уточнення можна використати під час обробки отриманої управлінської інформації, зокрема, коли керівники будуть приймати відповідні підприємницькі рішення. В основному це буде торкатися започаткування і розвитку підприємницької діяльності, що буде базуватися на основі технологій електронної комерції. Особливістю запропонованої класифікації факторів є виявлення їхньої структурної подібності. Як бачимо, кількість факторів, які можна досліджувати на підприємстві, є досить різними і їх варіація може різнитися від поставленої мети.

The rapid development of existing information technologies and the Internet have begun to play a major role in various spheres of life, have a significant impact on the intensification of social and economic activities and shape the movement of entrepreneurship in the direction of globalization. The effective operation of any enterprise that uses e-commerce technologies is based on making

decisions that reflect the choice of factors that will help choose alternatives for their implementation. Statistics of trade development show that e-commerce is becoming a catalyst for economic development of the economy as a whole. The introduction of e-commerce pushes companies to innovate in business processes and trade and economic relations. Effective and successful development of enterprises that use e-commerce technologies in their activities force them to make business decisions based on factor analysis. This allows the ranking of alternatives for their implementation. Today, the identification of a number of factors and their implementation for management purposes belongs to the class of search tasks. Accordingly, it was proposed to use the method of expert assessments, which showed that these factors according to different classification criteria belong to different groups. The proposed classification of factors is theoretically justified, as it clarifies their content, nature, significance and structural similarity. These clarifications can be used in the processing of management information, in particular, when managers will make appropriate business decisions. This will mainly concern the start-up and development of business activities based on e-commerce technologies. A feature of the proposed classification of factors is the identification of their structural similarity.

Their relative importance must also be taken into account when making effective management decisions that will be shaped by any of these factors, regardless of their potential. An important place is also occupied by the nature of their impact on the financial and economic activities of enterprises using e-commerce technologies. During the study, we identified factors that can directly significantly affect the development of financial and economic activities of the enterprise.

Ключові слова: електронна комерція, класифікація факторів, метод експертних оцінок, торгівля, підприємницька діяльність, анкетування.

Key words: e-commerce, classification of factors, method of expert estimations, trade, business activity, questionnaire.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Бурхливий розвиток наявних інформаційних технологій та мережі Інтернет почали відігравати основну роль у різноманітних сферах життєдіяльності, досить суттєво впливають на активізацію суспільної і господарської діяльності та формують рух підприємництва в напрямку світової глобалізації. У зв'язку з невідпинним розвитком інформаційних мереж з'являються й нові суспільні інститути, такі як "електронна комерція". Ефективна діяльність будь-яких підприємств, які використовують технології електронної комерції, базується на прийнятті таких рішень, які відображають вибір факторів, що допоможуть вибрати альтернативні варіанти їх реалізації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Основою для проведення нами досліджень стали праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які займалися проблематикою електронного бізнесу, електронної комерції. Особливу увагу ми звернули на таких науковців: І. Балабанов, Д. Белл, А. Береза, Н. Дмитрієва, Г. Дункан, Л. Клімченя, О. Кобелев, С. Маловичко, В. Плєскач, Є. Савельєва, О. Шалева, А. Юрасов. Статистика розвитку торгівлі показує, що електронна комерція стає каталізатором економічного розвитку економіки країни в цілому. Запровадження е-комерції штовхає підприємства до запровадження інновацій у бізнес-процеси й торговельно-економічні відносини.

Проаналізувавши ряд наукової та методичної літератури, ми дійшли висновку, що більшість досліджень лише фрагментарно описують фактори, які безпосередньо впливають на розвиток підприємств, що використовують у своїй діяльності технології електронної комерції. А також містять лише узагальнені, а не прикладні поради щодо використання управлінських рішень, що стосуються питань технологій електронної комерції. Отже, спробуємо класифікувати фактори, які впливають на діяльність підприємства, які використовують технології електронної комерції.

МЕТА СТАТТІ

Метою написання статті є визначення та обґрунтування факторів, які впливають на діяльність підприємства у зв'язку використання ними технологій електронної комерції.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Проаналізувавши ряд наукових праць, ми побачили, що дослідники лише фрагментарно аналізували фактори, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємств, які використовують елементи електронної комерції. А також містять узагальнені рекомендації, що допоможуть керівникам прийняти відповідні управлінських рішення із використанням цих технологій. Ефективний та успішний розвиток під-

приємств, які у своїй діяльності використовують технології електронної комерції заставляють приймати підприємницькі рішення на основі факторного аналізу. Це дозволяє проведення ранжування альтернативних варіантів для їх реалізації. На сьогодні проведення ідентифікування кількості факторів та їхнього запровадження для здійснення управлінських цілей належить до класу пошукових задач. Так, Сумець А, Сербов М., Скриньковський Р., Фалдина В.В. вважають, що "джерельна база для її виконання лежить у емпіричній площині, яка, як показує практика, дуже рідко перетинається із даними офіційної статистики і реєстрами обліку та звітності, які ведуть підприємства. Це вимагає вдаватися до експертних досліджень" [1]. Звідси робимо висновок, що для проведення ідентифікування та оцінювання відносної значущості обраних факторів, що ефективно впливають на розвиток підприємств, які використовують елементи електронної комерції, слід використати метод експертного оцінювання, тобто анкетування.

Такий метод є досить точний засобом виділення факторів, які безпосередньо та вагомо впливають на їх розвиток. Щодо основних вимог для вибору критеріїв визначення суб'єктів анкетування, то це будуть топ-менеджери промислових підприємств, діяльність яких базується на використанні технологій електронної комерції.

Важливість тримання достовірної інформації про значущість факторів стає досить вагомим, оскільки від правильності обрання факторів залежить реалізація управлінських рішень. Тому цінність отриманої інформації очевидна, оскільки керівники можуть побудувати зв'язки між факторами та можливі ланцюгові реакції між ними. Для більш оптимального отримання результатів про впливи факторів на фінансово-господарську діяльність підприємства, слід їх структурувати, що у майбутньому допоможе їх класифікувати.

Здійснивши аналіз наукової та статистичної літератури, ми можемо зробити висновок, що спільною одиницею для усіх факторів, які впливають на діяльність підприємств, що використовують елементи електронної комерції є об'єкт, тобто підприємство чи організація, де відбувається визначення факторів. Можна поділити фактори, які мають позитивну та негативну дію на об'єкт дослідження, а також приналежність факторів до групи постійної та тимчасово діючих.

Щодо достовірності отриманих результатів, то потрібно вибрати кількість респондентів, а їх доцільно вибрати на основі формули:

$$K = \frac{p(1-p)}{\partial_p^2} t^2 \quad (1),$$

K — кількість потрібних респондентів для дослідження;

p — частка респондентів, які ми обрали за визначеними критеріями;

t — критерій Стюдента за обраного рівня інтервалу довіри;

∂ — середня гранична похибка частки.

На основі аналізу низки наукових джерел, ми дійшли висновку, що на фінансово-господарську

діяльність промислових підприємств на основі технологій електронної комерції впливають такі фактори, а саме:

1. Укомплектованості кваліфікованими кадрами. Цей фактор набуває важливості в умовах, коли на ринку існують досить багато підприємств, які випускають однакову продукцію. І тому для збереження позицій на ринку та охоплення якомога більшої кількості споживачів виходить на перший план їх кваліфікованість та професіоналізм. Так, Жильченкова В.В. вважає, що засобами підвищення ефективності виробництва є оцінка якості праці на основі нормативної відповідності кількісної і якісної діяльності працівника. Її концепція стратегічного управління персоналу засновується на визнанні людського потенціалу як основи організації [2].

2. Розвиток управлінської системи підприємств. У результаті застосування відповідних умов праці, особи, які реалізують поставлені задачі, під впливом виконання яких мають бути досягнуті конкретні очікувані результати. Щоб отримані результати праці були своєчасними та відповідали поставленим цілям підприємства, на завершальному етапі наведеної технології відбувається контролювання і регулювання ухваленого рішення. Так, Устименко О. вважає, що "система управління являє собою концепцію взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів: наукових знань, практичних навичок щодо керування різними об'єктами (людиною, процесом, організацією) для забезпечення їхньої конкурентоспроможності в ринкових умовах і всебічного задоволення потреб за оптимального використання ресурсів" [3].

3. Транспортно-логістична система підприємства. Транспортно-логістична система підприємства, як вважає Пальчик І., "повинна забезпечувати розроблення раціональних схем поставок вантажів (продукції) та маршрутизації перевезень, оптимальну завантаженість транспортного засобу, єдність процесу транспортування із процесами виробництва та складування, облік на транспорті" [4].

4. Оцінка фінансового стану підприємства. Так, О.Я. Базилінська вважає, що "фінансові результати діяльності підприємства оцінюються цілим набором показників, де вихідними категоріями є доходи, витрати, прибутки, збитки. Саме вони закладаються в основу всіх подальших розрахунків і всі інші показники можна вважати похідними. У звіті про фінансові результати виокремлюють чистий дохід, валовий прибуток та прибутки за видами діяльності" [5].

5. Номенклатура та асортимент продукції. Так, Апопій В. стверджує, що "спеціалізація виробників з випуску певних видів товарів, яка дає їм можливість розширювати асортимент, поліпшувати якість, удосконалювати технологію виробництва, значно скорочувати термін освоєння та серійного випуску більш конкурентоспроможних нових товарів, разом з тим призводить до звуження асортименту товарів, що випускаються. Виникає потреба у їх підсортюванні на оптових складах та в роздрібній торговельній мережі, де мають бути представлені товари різних промислових і сільськогосподарських підприємств

вітчизняного та закордонного виробництва" [6, с. 456].

6. Рівень розвитку систем маркетингу і реклами. Важливість такого фактору підкреслює Джефкінс Ф., який стверджує, що "ефективність управління рекламною діяльністю на підприємстві визначається ефективністю функціонування та використання кожного елемента системи управління, а саме: раціональністю структури застосуванням наукових, інноваційного характеру, методів управління, швидкістю, повнотою інформаційного забезпечення, кваліфікацією працівників, їхнім умінням творчо підходити до вирішення конкретних проблем управління" [7, с. 456].

7. Рівень конкуренції на ринку. Савчук О. підкреслив важливість набуття конкурентних переваг підприємством зазначивши "конкурентна перевага дає можливість запропонувати споживачеві товар з очевидною цінністю для нього і зберегти його прихильність до товарів цього підприємства упродовж тривалого часу (реалізація продукції за нижчими цінами, вищим рівнем якості, додатковими гарантіями та сервісом тощо), а на основі цього — забезпечити подолання підприємством сил конкуренції, що діють на нього" [8, с. 50].

8. Рівень задіяння інновацій підприємством. Вирішальний вплив на конкурентоспроможність підприємства відіграє інновації. Важливість їх зазначає Водачек Л., який характеризує "інноваційний розвиток — визначальний чинник ефективності діяльності підприємства, який характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними та управлінськими рішеннями" [9, с. 113].

Як бачимо кількість факторів, які можна досліджувати на підприємстві є досить різними і їх варіація може різнитися від поставленої мети. Отже, важливість факторного аналізу є досить висока, оскільки від правильності вибраних факторів залежать стратегічні та тактичні плани розвитку підприємства.

ВИСНОВКИ

Під час прийняття ефективних управлінських рішень, які будуть формуватися під впливом будь-якого із цих факторів, незалежно від їх потенціалу, також потрібно враховувати їхню відносну значущість. Важливе місце також займає і характер їх впливу на фінансово-господарську діяльність підприємства, що використовує технології електронної комерції. Під час проведення дослідження, нами виявлено фактори, які безпосередньо вагомо можуть вплинути на розвиток фінансово-господарської діяльності підприємства. Щодо перспектив подальшого дослідження, то потрібно звернути свою увагу на дослідженні кластиризації факторів впливу на діяльність підприємства, що використовує технології електронної комерції.

Література:

1. Sumets A., Serbov M., Skrynkovskyy R., Faldyna V., Satusheva K. Analysis of influencing factors on the development of agricultural enterprises based on e-commerce technologies. *Agricultural and Resource Economics*. 2020. Vol. 6, No. 4. P. 211—231.

2. Жильченкова В.В., Хацинская В.А. Актуальные проблемы формирования и реализации кадровой политики на предприятии. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1432> (дата звернення 28.12.2021).

3. Устенко А.О. Система управління підприємством. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2014. № 10. С. 96—103.

4. Пальчик І.М. Логістичне управління підприємством — теоретико-методичний аспект. *Ефективна економіка*. 2014. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення 30.12.2021).

5. Базилінська. О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

6. Апопій В.В. Комерційна діяльність: навч. посіб. Київ: Знання. 2008. 558 с.

7. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. пер. з 4-го англ. вид. / за ред. Д. Ядіна. Київ: Т-во "Знання", 2001. 456 с.

8. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва. *Економіст*. 2001. № 12. С. 58—61.

9. Водачек Л., Водачкова О. Стратегія управління інноваціями на підприємстві. Москва: Економіка, 1989. 325 с.

References:

1. Sumets, A., Serbov, M., Skrynkovskyy, R., Faldyna, V. and Satusheva, K. (2020), "Analysis of influencing factors on the development of agricultural enterprises based on e-commerce technologies", *Agricultural and Resource Economics*, vol. 6, no. 4, pp. 211—231.

2. Zhilchenkova, V.V. and Khatsinskaya, V.A. (2012), "Actual problems of formation and implementation of personnel policy at the enterprise", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 10, available: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1432> (Accessed 28.12.2021).

3. Ustenko, A.O. (2014), "Enterprise management system", *Visnyk Prykarpatskogo universytetu. Ekonomika*, vol. 10, pp. 96—103.

4. Palchik, I. M. (2014), "Logistics company management — theoretical and methodological aspect", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 10, available: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 30.12.2021).

5. Bazilins'ka, O. Ya. (2012), *Finansovyy analiz: teoriia ta praktyka* [Financial Analysis: Theory and Practice], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Apopij, V. V. (2008), *Kommerciijna diyalnist* [Commercial activity], Znannya, Kyiv, Ukraine.

7. Jeffkins, F. (2001), *Reklama* [Advertising], T-vo "Znannya", Kyiv, Ukraine.

8. Savchuk, O. (2001), "System approach to the analysis of the competitiveness of industrial production", *Ekonomist*, vol. 12, pp. 58—61.

9. Vodachek, L. and Vodachkova, O. (1989), *Stratehiia upravlinnia innovatsiiamy na pidpriemstvi* [Strategy of innovation management at the enterprise], Ekonomika, Moscow, Russian.

Стаття надійшла до редакції 10.01.2022 р.