

Інтернет мережі як сучасний засіб розвитку малого бізнесу

Андрій Ващенко, Марина Ротарь

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності, Одеський національний політехнічний університет, УКРАЇНА, м. Одеса, пр. Шевченка, 1;
e-mail: marinkaVwokolade@mail.ru

In presented article we look into some questions like todays online busines. The use of internet in todays economically chalenged world is of great importance due to the low cost and easy management (of the sites) as well as easy access to the public. Use of internet as a mean to make a better corporation does not only comes as a financial benefit (to the company) but also as a great and easy (low cost) marketing. Expecially for smaller businesses. Conducting a successful product policy on the Internet is largely connected with the proper environment of a product.

Ключові слова – Інтернет, бізнес, підприємництво, послуги, товар, комунікації.

На сучасному етапі розвитку суспільства ведення власного бізнесу є одним з найбільш прибуткових видів діяльності. Сучасна ринкова економіка повністю побудована на підприємництво, з його проявами ми стикаємося щодня. Щоб бути конкурентноспроможним, вкрай необхідно використовувати інформаційні ресурси. Проте невелика частина малого бізнесу сьогодні цим користується.

Історія розвитку підприємництва починається ще з давніх часів. Його зародження, насамперед, пов'язане з діяльністю купців, торговців, ремісників. Саме вони являли собою перших підприємців. Підприємництво в сучасному розумінні можна визначити таким чином (у відповідності до Закону України "Про підприємництво"): підприємництво — це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

В інформаційну еру складно переоцінити значення мережі Інтернет для сучасного бізнесу. В умовах складної економічної ситуації наявність належним чином організованого Інтернет-ресурсу (сайту фірми, форуму, Інтернет-магазину і т.п.) може внести неоцінений внесок у конкурентній боротьбі за ринок збуту і просування своїх товарів і послуг.

Як вважають дослідники (С. Кузнецов [1] та ін.), на разі у світовому масштабі (особливо в Північній Америці та Західній Європі, але частково

це відноситься і до Росії, України) відбувається стрибкоподібний перехід на нові технології телекомунікацій, що супроводжується різким збільшенням пропускної здатності комунікаційних каналів і також різким зниженням вартості їх використання. Це вже призвело до того, що в США режим on-line сьогодні є основним режимом використання Internet. Природно, це приваблює бізнесменів.

Фахівці виокремлюють дві принципові категорії використання Internet в цілях бізнесу: *Internet для бізнесу* і *бізнес в Інтернет*.

Перша категорія очевидна і традиційна. Сьогодні Internet забезпечує надійний і дешевий обмін інформацією між вузлами мережі. Будь-якій комерційній компанії потрібні комунікації або з іншими компаніями чи владними органами, або з власними структурними підрозділами і між ними.

Проведення успішної товарної політики в Інтернеті в значній мірі пов'язане із забезпеченням належного оточення продукту, тобто з створенням характеристик, які формують привабливість товару і попит на нього.

Фахівці [2] визначають наступні *напрями формування оточення товару* при його пропозиції через Інтернет:

- надання інформації про товар і інструментів для проведення порівняльного аналізу його характеристик з аналогами;
- надання можливості придбання товару через Інтернет – його замовлення і оплата;
- організація перед- і післяпродажного обслуговування;
- створення іміджу, марки товару, розвиток інтернет-бренду, формування громадської думки і створення задоволеності покупця від придбання і використання даного товару.

Висновок

Використання можливостей мережі Інтернет на сучасному етапі розвитку суспільства, в умовах глобалізації, є необхідною умовою конкурентоспроможності («вживання») підприємницької діяльності не тільки великого та середнього бізнесу а й малого.

Література

1. Кузнецов С. Internet в бизнесе и бизнес в Internet / Сергей Кузнецов // Citforum : информационный портал. – Режим доступа : http://citforum.ru/internet/articles/art_7.shtml
2. Успенский И. В. Интернет-маркетинг : учебник/ И. В. Успенский. – СПб. : СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.