

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Струсевич І. П.

Науковий керівник – доц., к.т.н. Азарова А.О.

Останнім часом людство вступає в інформаційну сферу складних комунікаційних процесів, що уможливорює перенесення частини діяльності господарюючих суб'єктів і державних органів управління в так званий «кіберпростір».

Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у другій половині XX і початку XXI ст. кардинально змінив світ, надав нові, нечувані можливості розвитку людської цивілізації. Серед основних тенденцій розвитку інформатизації суспільства, що стосується практично всіх сфер життєдіяльності, слід відзначити стрімкий розвиток інформаційної мережі Інтернет.

Галузі економіки, безпосередньо пов'язані з інформаційними і телекомунікаційними технологіями, порівняно із традиційною промисловістю, зростають більш швидкими темпами, набувають домінуючого значення. Отже, надзвичайно **актуальним** є питання розробки системи електронної комерції на підприємстві.

Метою дослідження є аналіз структури електронної комерції та способів її реалізації та цій основі розробка шляхів удосконалення механізму впровадження електронної комерції на підприємстві. Для того, щоб досягнути цієї мети, необхідно розв'язати таких **задач**: визначити стан та узагальнити основні тенденції розвитку електронної комерції; розглянути переваги та недоліки електронної комерції; запропонувати рекомендації та пропозиції щодо ефективної розробки системи електронної комерції на підприємстві.

Об'єктом дослідження є світовий розвиток електронної комерції.

Предметом дослідження є механізм впровадження електронної комерції на вітчизняних підприємствах.

Науковою новизною є удосконалення механізму електронної комерції та системи розрахунків на підприємстві засобами новітніх технологій та маркетингових інструментів, що дозволяє покращити його збутову діяльність.

Методами, що використовувалися в дослідженні є такі: системного аналізу, діалектичний, порівняння, синтезу, дедукції, індукції, структурно-функціональний, економічного аналізу тощо.

Теоретичне значення і практична цінність полягає в удосконаленні механізму електронної комерції на підприємстві, що дозволяє покращити його збутову діяльність.