

ринку, зменшити собівартість продукції, підвищуючи при цьому її конкурентоспроможність[3].

Список використаних джерел

1. Економіка підприємств : підручник / М. Г. Грицак, А. М. Колот, О. Г. Медрул [та ін.] ; [за заг. ред. Г. О. Швиданенко]. — [вид. 4-те, перероб. і доп.]. — К. : КНЕУ, 2009, —816 с.
2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник [Текст]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. Мазур Н.А. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення / Н.А. Мазур, М.С. Місюк // Економіка АПК. – 2007. - №2. – С. 129-127.
4. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: Монографія. – К.: ННЦУІАЕ, 2007. – 270 с.
5. Мальцев О.В Витрати та їх вплив на результативність виробництва зерна // Економіка АПК. – 2007. – № 9. – С. 73-75.

Бесараба Микола
студент 1 курсу ОС «Магістр»
спеціальності «Менеджмент»
Науковий керівник: **Мушеник І.М.,**
к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Останнім часом в Україні на підприємствах різних масштабів, широко впроваджуються корпоративні інформаційні системи (КІС). Вони все більше витісняють традиційні для великих підприємств автоматизовані системи

управління підприємством (АСУП), що створювались ще у 80 роках минулого століття.

Корпоративна інформаційна система – це інформаційна система, яка реалізовує сучасну управлінську ідеологію та поєднує бізнес-стратегію підприємства і прогресивні інформаційні технології.

Складовою частиною корпоративної інформаційної системи є маркетингова інформаційна система, яка в свою чергу відповідає за автоматизацію маркетингових бізнес-процесів.

Особливістю застосування сучасних інформаційних систем в Україні є перехід від масового до індивідуального маркетингу. У зв'язку з цим особливого розвитку набув такий вид маркетингу як маркетинг баз даних. Це пояснюється тим, що на сьогодні основним завданням є задоволення потреб конкретного споживача, який і став об'єктом уваги. Основною ідеєю маркетингу баз даних є створення і підтримка баз даних, яка містить детальну інформацію про кожного споживача.

Основною ідеєю розвитку корпоративних систем в Україні є те, що більшість підприємств тільки знаходяться на стадії розуміння необхідності щодо їх впровадження. На вітчизняному ринку представлені продукти як іноземних, російських та вітчизняних українських компаній.

Порівняльний аналіз представлених в Україні корпоративних інформаційних систем, що використовуються в управлінні вітчизняними виробничими підприємствами, свідчить про те що, найпоширенішими в Україні КІС, які впроваджуються на вітчизняних підприємствах, є програмні продукти закордонних компаній, що відповідають вимогам світового рівня: "Oracle corporation" (система "Oracle Application") "SAP AG" (система "R/3"), "Scala" (система "Scala") та "Baan Company" (система "Baan IV"). Кожна з наведених КІС забезпечує автоматизацію процесів управління усіх структурних підрозділів підприємства. Серед розробок вітчизняних та російських компаній, які також досить часто використовують українські

підприємства, варто виділити інформаційні системи компаній "Галактика", «ІС», "Парус", «Інформаційні технології», «Флагман» тощо.

Відмінностями функціонування корпоративних інформаційних систем в Україні від іноземних підприємств є наступні фактори: по-перше, для іноземних підприємств основною проблемою є питання надлишку даних, а для вітчизняних компаній основною проблемою є їх нестача даних; по-друге, іноземні компанії вирішують проблему накопичення та аналізу даних, то вітчизняні компанії займаються питанням збору даних.

Особливістю розвитку корпоративних інформаційних систем на вітчизняних підприємствах є відсутність вільного обміну інформацією, але в сучасних умовах посилення конкуренції, створення ефективної інформаційної системи є особливо актуальним.

Фактори, які є бар'єром розвитку корпоративних інформаційних систем в Україні:

- ❖ нерозвиненість та ненасиченість інформаційного ринку;
- ❖ непрозорість ринкових операцій — відсутність інформації по проведених операціях;
- ❖ низький рівень культури ведення бізнесу і відсутність державного контролю економічної сфери;
- ❖ неповнота і ненадійність існуючих даних про ринок;
- ❖ низький рівень конкурентоспроможності;
- ❖ суб'єктивний фактор— неповне розуміння підприємцями ключової необхідності інформації для ведення бізнесу;
- ❖ низька підтримка з боку органів державної влади.

Отже, необхідність застосування корпоративних інформаційних систем стало передумовою для раціональної організації управління виробництвом і своєчасного прийняття рішень щодо оптимального ведення господарства в Україні. Перераховані вище негативні фактори впливають на КІС України, уповільнюючи її розвиток. Але не зважаючи на це, в Україні все

більше підприємств, які в тій чи іншій мірі використовують в своїй діяльності корпоративні інформаційні системи.

Список використаних джерел

1. Ваніфатова М. М. Системи маркетингової інформації: сучасні світові тенденції розвитку та особливості/ М. М. Ваніфатова// Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — №1. — С. 9—28.
2. Муравйова О. Клієнтські бази як джерело росту продаж / О. Муравйова, І. Рібакова// Новий маркетинг. — 2009. — №2. — С. 11 – 25
3. Назаренко В. М. Оценка критериев оптимальности КИС производственных предприятий / В.М. Назаренко, А.А. Кошулько , Н.В. Назаренко // Корпоративные системы . – 2007. – № 2. – С. 39-42.
4. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем / В. Ф. Ситник : [Навч. посібник.] — (Вид. 2-ге, перероб. і доп.) — К.: КНЕУ, 2001. — 420 с.
- 5.http://www.rusnauka.com/40_OINBG_2014/Gosupravlenie/2_183385.doc.htm

Білецька Альона

студентка 2 курсу

спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.**,

професор кафедри менеджменту, публічного

управління та адміністрування

Подільський державний аграрно-технічний університет

м. Кам'янець-Подільський

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток економіки України залежить від вирішення широкого спектра взаємозалежних техніко-економічних, організаційних і соціальних проблем, серед яких можна визначити і проблему оцінки та формування потенціалу конкурентоспроможності підприємств України, що забезпечують зростання конкурентоспроможності вітчизняних галузей промисловості. Це в свою чергу збільшує необхідність визначення передумов формування