

створюють нові канали просування продукції через мережу Інтернет. Для них робота за допомогою використання мережі Інтернет вимагає менших витрат грошових коштів і здійснюється більш оперативно.

2. Можливість поступової відмови від послуг посередників, що призведе до так званої дезінтермедіації, тобто усунення посередників. У цьому випадку виробник має можливість створити власне Web-представництво у мережі Інтернет, за допомогою якого можна приймати замовлення у режимі он-лайн. Внаслідок цього скорочується загальна кількість транзакцій завдяки зменшенню чисельності проміжних ланок, на зміну яким приходиться прямий зв'язок між виробником і його цільовою аудиторією, що дозволить виробникові оперативно встановлювати і контролювати ціни на свою продукцію. Проведення обмінних операцій без посередників дозволить одержати додатковий дохід, обумовлений відмовою від оплати послуг посередників.

3. Істотне спрощення координації господарських зв'язків. Велике підприємство зазвичай знижує закупівельні ціни і витрати шляхом стимулювання конкуренції між постачальниками комплектуючих виробів.

4. Значне збільшення рівня оперативності отримання необхідної інформації, що особливо важливо при здійсненні міжнародних торгових операцій засобами Інтернету.

5. Порівняно велика відвертість виробників по відношенню до споживачів за рахунок використання сучасних Інтернет-технологій, що дозволяє обирати економічно найбільш вигідні пропозиції.

6. Значне спрощення контактів між підприємствами і споживачами. Контакти істотно полегшуються за рахунок електронних каталогів та загальнодержавних чи регіональних телеконференцій. Взаємодія між здійснюється різноманітними способами, зокрема за допомогою електронної реклами та прийому замовлень у режимі он-лайн. Підприємства можуть надавати докладну інформацію про свою продукцію і послуги, включаючи технічну специфікацію виробів, інструкції щодо її використання, а також відповіді на питання, що найчастіше виникають.

7. Створюються сприятливі умови для поглибленого маркетингового дослідження ринку і підвищення якості (рівня наукової обґрунтованості) стратегічних планів розвитку підприємств. Це досягається за рахунок отримання достовірнішої інформації щодо усіх процесів, які відбуваються на ринку.

Таким чином, використання мережі Інтернет для реалізації збутових функцій має супроводжуватися відповідною організацією збутової системи, яка не погіршує стан її учасників. Потенціал мережі Інтернет може бути використаний для виходу на нових представників цільової аудиторії з метою збільшення загальної частки ринку.

Слід зазначити, що після того, як певні компанії досягають успіхів у зниженні витрат і підвищенні ефективності власної діяльності з використанням потенціалу Інтернет-технологій, у них з'являється зацікавленість у тому, щоб їхні потенційні партнери також використовували ці переваги. Це стимулює розповсюдження використання Інтернет-технологій в економіці уздовж виробничо-технологічних ланцюжків.

Для виконання електронних операцій необхідна реалізація логістичної системи, яка враховує особливості взаємодії контрагентів з використанням Інтернет-технологій. Ця сфера діяльності називається Інтернет-логістикою. Термін «Інтернет-логістика» слід розуміти як «управління замовленнями, розподілом і доставкою продукції, сервісним обслуговуванням клієнтів». Інтернет-логістика є «системою взаємодії між контрагентами на основі комп'ютера або іншого автоматизованого засобу з обміну інформацією».

## **МІСЦЕ БІЛІНГОВИХ СИСТЕМ В СТРУКТУРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ**

**Я.Ю. Кальченко, аспірант**

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

*Розглянуто поняття «білінгова система», приведена її загальна схема. Визначено місце*

Ринок інформаційних послуг України у даний час перебуває на етапі свого формування, однією із складових його загальної інфраструктури є організаційно-технологічне забезпечення. В умовах інформаційного суспільства основою формування ринку інформаційних послуг є інформаційно-комунікаційні технології, що являють собою найбільш наукоємні технології з високим рівнем автоматизації та інтелектуалізації процесів, яким властиві розподіленість, сервіс-орієнтованість, гнучкість, мобільність [1].

На нашу думку, у структурі інформаційних послуг саме білінгові системи займають одне з найголовніших місць. Оскільки, багато в чому саме від цих систем залежить те, які рахунки будуть виставлені клієнтам, а в кінцевому підсумку – і дохід підприємства.

Білінгова система – це програмний комплекс, що здійснює облік об'єму спожитих абонентами послуг, розрахунок і списання грошових коштів відповідно тарифам підприємства. Це система, що обчислює вартість послуг для кожного клієнта і зберігає інформацію про всі тарифи й інші вартісні характеристики, які використовується телекомунікаційним оператором для виставлення рахунків своїм абонентам і взаєморозрахунків з іншими операторами [3].

В Україні нині відбувається бурхливий розвиток ринку білінгових систем. Причина в тому, що процес створення білінгової системи підприємством, що займається наданням послуг, вимагає значного часу на розроблення, впровадження й сертифікацію інформаційної системи і неминуче призводить до значних фінансових витрат. Як показує практика, такі спроби зазвичай є нерентабельними.

Виходом з ситуації, яка склалася, може бути пошук і підбір існуючої системи. Проте, наявні на ринку білінгові системи часто не вирішують всіх описаних вище завдань. Тому для підприємств, що займаються наданням послуг, пошук та вибір білінгової системи є доволі складним завданням.

Нині зростає кількість підприємств, що прагнуть займатися наданням широкого спектра послуг. Для потреб таких підприємств буває необхідним не лише істотно доопрацювати існуюче на ринку України програмне забезпечення білінгових систем, але й розробити нову систему «з нуля». Саме це і обумовлює високу вартість проектування, розроблення, впровадження і налаштування автоматизованих білінгових систем порівняно із бухгалтерсько-фінансовими.

Усі сучасні білінгові системи мають одну єдину спільну рису – вони збирають CDR (від англ. *Call Details Record* – детальний запис викликів)/SMDR (від англ. *Station Message Detail Recording* – детальний запис повідомлень станції) інформацію з джерела даних (найчастіше це корпоративна АТС, проте може бути й інший комутатор) для подальшої обробки, решта – технічні деталі [3].

На рис. 1 приведена загальна функціональна схема білінгової системи [4, 5].

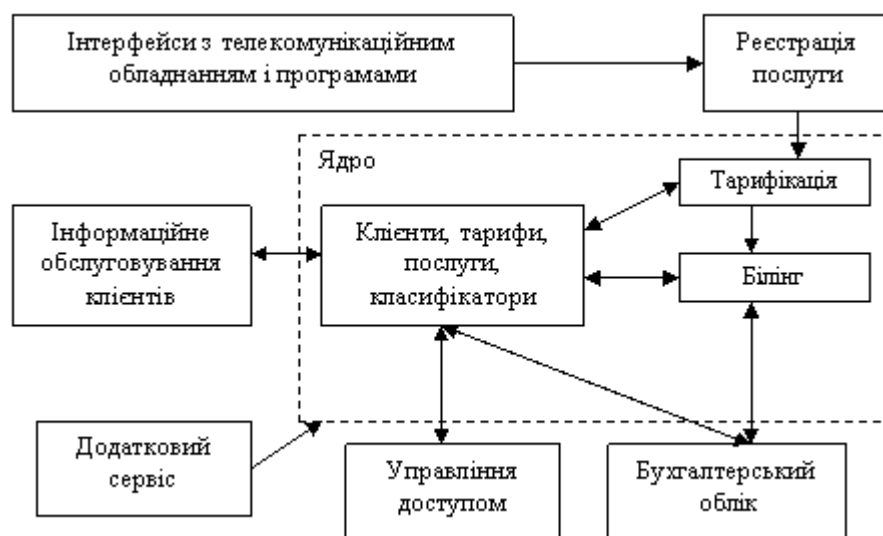


Рис. 1. Загальна функціональна схема білінгової системи

Отже, на рисунку 1 наведені компоненти, властиві будь-якій білінговій інформаційній системі,

яка виконує стандартні функції накопичення, обробки даних і видачі результатів. Білінгові системи з успіхом можуть застосовуватися в різноманітних галузях. Тому сфера застосування білінгових систем визначає механізми отримання і попередньої обробки даних, тарифікації обробки викликів [5].

### Література

1. Плескач В.Л. Інформаційні системи та технології / В.Л. Плескач, Ю.В. Рогушина, Н.П. Кустова. – К.: КНТЕУ. – 2004. – 519 с.
2. Чугунов І.Я. Інформатизація суспільства в системі регулювання економіки / І.Я. Чугунов, В.Л. Плескач // Наукові праці НДФІ. Вип. 2 (31). – 2005. – С. 3–15.
3. Базові компоненти інтелектуальних систем введення, обробки, класифікації та розпізнавання зображень у реальному часі / [Грицик В.В., Опотяк Ю.В., Цмоць І.Г. та ін] // Інформаційні технології і системи. – Т. 8. – № 1. – Львів: НВЕС УАД, 2005. – С. 104–113.
4. Дич Л.З. Билинговые системы в телекоммуникациях / Л.З. Дич. – М.: Радио и связь. – 2003. – 229 с.
5. Ченцова И.И. Интеграция биллинга с информационными системами предприятия / И.И. Ченцова // Мобильные системы. – 2002. – № 5. – С. 67–69.

## ФОРМУВАЩА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ (ERP-SYSTEM) НА КОНСАЛТИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ (НА ПРИКЛАДІ ФГ «КОСМОС»)

**А.В. Кишинський**, *здобувач*

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

*Розглядається управлінський механізм використання інформаційних технологій у практиці консалтингових підприємств України (на прикладі фінансової групи «Космос»)*

Консалтинг в Україні інтенсивно почав розвиватися у зв'язку зі становленням ринкових відносин та початком процесів приватизації, оскільки зменшення ролі державного управління призвело до необхідності прийняття бізнес-рішень власниками та менеджерами приватного бізнесу.

Ринок консалтингових послуг в Україні знаходиться на стадії зростання. За оцінками, обсяг ринку може зрости до 20-40 млрд. грн (з 1 млрд грн в 2005 році). Навіть за умови нестабільної ринкової економіки і несформованої законодавчо-правової бази цей сегмент ринку є перспективним і швидко зростаючим.

В Україні представлено більше 1000 вітчизняних консалтингових компаній та 10000 консультантів. За даними «Групи Стратегічного Консалтингу», обираючи консультанта, клієнт в першу чергу звертає увагу на професійний рівень співробітників компанії, тобто намагається отримати якісний продукт за високу ціну; в подальшому він аналізує вартість послуг, репутацію, яку має компанія на ринку, звертає увагу на якість інформації, досвід роботи, гарантію результатів, конфіденційність та інші критерії оцінки роботи компанії.

Значним є сегмент ІТ-консалтингу. Великі компанії в-основному використовують ERP-системи провідних світових виробників, таких як SAP і Oracle; використання автоматизованих систем управління середнім бізнесом не набуло достатнього розповсюдження. Говорячи про українські софтверні компанії, можна відмітити, що вони розробляють програмне забезпечення на замовлення іноземних клієнтів.

ФГ «Космос» була створена у квітні 2005 року шляхом виділення та об'єднання існуючих компаній з досвідом роботи в сфері послуг. ФГ «Космос» займається розробкою консалтингових рішень та їх реалізацією через надання послуг клієнтам з аудиту, стратегічного, управлінського, операційного та ІТ-консультування, залучення інвестицій, зовнішньоекономічної діяльності, страхування, кадрового консалтингу, юридичного обслуговування та ін. ФГ «Космос» пропонує