

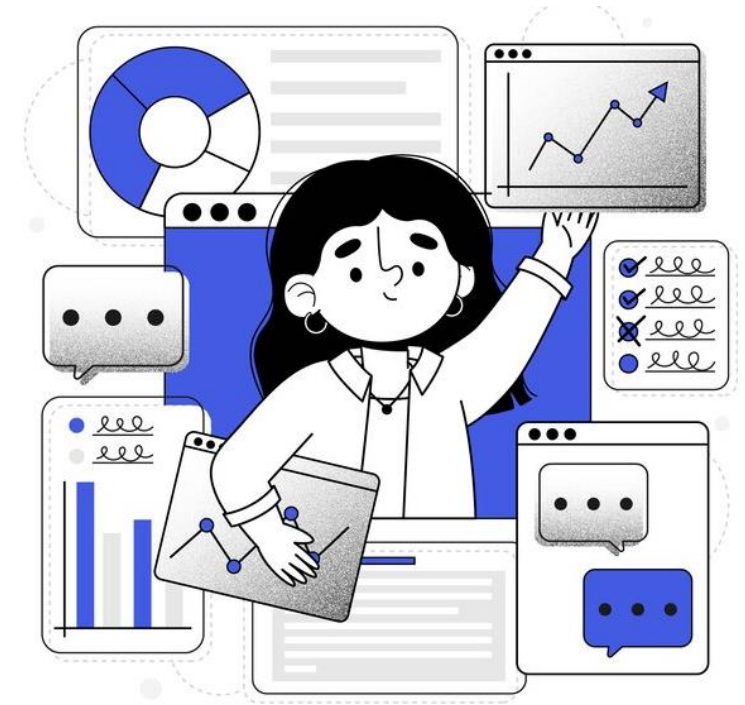
**ЕФЕКТИВНІСТЬ  
ЕЛЕКТРОННОГО  
БІЗНЕСУ**

# Поняття ефективності

**Ефективність електронної комерції** – це категорія для позначення заходів відповідності технологій, прийомів і правил електронної комерції потребам господарських суб'єктів, коли вони досягають на ринку цілей здійснених комерційних операцій

*Для оцінки ефективності потрібно сформулювати або вибрати критерій*

**Критерій оцінки ефективності** - правило, за яким обрані показники ефективності порівнюють між собою або з деякою нормою, якщо вона існує або її можна встановити



# Підхід до оцінки ефективності електронної комерції

- визначення предметної галузі оцінки ефективності електронної комерції;
- визначення цільової функції діяльності господарчого суб'єкта в цій галузі;
- виявлення показників ефективності діяльності з досягнення поставленої мети;
- формулювання критерію ефективності;
- отримання потрібних статистичних та інших даних для визначення показників ефективності;
- розрахунок показників і критеріїв ефективності;
- аналіз отриманих результатів і ухвалення рішень

# Напрями оцінки ефективності електронного бізнесу

1. Економічна ефективність
2. Організаційна ефективність
3. Маркетингова ефективність
4. Технологічна ефективність



# Економічна ефективність

Оцінка ефективності обраного варіанта побудови системи електронної комерції може бути визначення як відношення результату її застосування до витрат, пов'язаних з розробкою та експлуатацією системи

$$EK_{\text{ефект}} = \frac{\varepsilon_{\text{застосування}}}{\varepsilon_{\text{експлуатації}}},$$

де  $EK_{\text{ефект}}$  - економічна ефективність обраного варіанта побудови системи електронного бізнесу

$\varepsilon_{\text{застосування}}$  - результат, отриманий за рахунок функціонування системи електронної комерції

$\varepsilon_{\text{експлуатації}}$  - витрати, пов'язані з розробкою і експлуатацією системи

# Економічна ефективність визначається

- 1) *основними статтями витрат;*
- 2) *зниженням витрат за рахунок використання системи електронної комерції*



# Загальні витрати поділяються на одноразові капітальні витрати та експлуатаційні витрати

## *Одноразові витрати:*

- витрати на початковий аналіз і планування;
- вартість потрібного обладнання;
- вартість програмного забезпечення;
- вкладення в організацію ліній зв'язку та додаткове обладнання;
- вартість допоміжного обладнання, наприклад, комп'ютерної техніки, потрібної для оновлення інформації на веб-сервер і його дизайну або для виконання функцій із забезпечення працездатності веб-сервера;
- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів

## *Експлуатаційні витрати:*

- заробітна плата персоналу;
- витрати на допоміжні матеріали;
- внески за доменне ім'я;
- орендна плата за канали зв'язку;
- плата провайдерів послуг Інтернету;
- амортизаційні відрахування;
- додаткові витрати в разі залучення сторонніх фірм до робіт з розвитку інтернет-магазину, його дизайну, виконуваних функцій;
- витрати на проведені рекламні кампанії і т. д.



# Організаційна ефективність

Показники щодо організаційних процесів визначають ступінь інтеграції нової інформаційної системи з існуючою, та з діяльністю компанії і її бізнес-процесів

**Показник інтеграції:**

$$P_{\text{інтеграції}} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{j=1}^n P_{\text{заг}j}},$$

де  $P_i$  - кількість функцій, що виконуються разом існуючою та новою системами

$P_{\text{заг}j}$  - загальна кількість функцій\*, які можуть бути потенційно поєднані

---

\*Приклад виконуваних функцій – ведення бази даних

# Маркетингова ефективність

Маркетингові показники характеризують ефективність проведення маркетингової програми реалізації і просування інтернет-магазину і визначають ефективність використання інструментів вебмаркетингу



# Маркетингові показники



- *Ефективність різних входів в магазин.* Характеризує ефективність використання різних джерел залучення відвідувачів магазину. Визначається як відношення числа відвідувачів, що скористалися цим джерелом, до загальної кількості відвідувань магазину
- *Відвідуваність вебсторінок магазину.* Характеризує популярність сторінок магазину. Визначається для кожної сторінки як відношення відвідувань сторінки до загальної кількості відвідувань магазину

# Маркетингові показники

- *Ефективність банерної реклами.*  
Визначає ефективність кожного рекламного банера і дозволяє як проводити порівняння між ними, так і здійснювати їх удосконалення. Заснована на аналізі контингенту відвідувачів, які під впливом реклами скористалися банером-посиланням і за її допомогою перейшли в інтернет-магазин. Визначається як відношення «клікнувших» (від слова click) відвідувачів сторінки, на якій розміщено банер, до загального числа її відвідувачів



# Маркетингові показники

- *Ефективність перетворення відвідувачів магазину на покупців.* Визначається як відсоткове співвідношення між числом відвідувачів, які перейшли до активних дій з придбання товарів, і кількістю унікальних відвідувачів магазину



- *Кількість повторних відвідувань.* Характеризує виконання другої основної функції вебмаркетингу після первісного залучення відвідувачів, а саме здійснення більшого числа повторних відвідувань магазину (серверу). Визначається як середня величина, що дорівнює відношенню загальної кількості відвідувань магазину до числа його унікальних відвідувачів

# Показники оцінки технологічної ефективності систем електронної комерції:

- C<sub>int</sub> – ступінь зручності інтерфейсу;
- C<sub>tr</sub> – зовнішній вигляд та інформативність сторінок;
- C<sub>ac</sub> – персоналізація доступу;
- C<sub>lo</sub> – швидкість завантаження сторінок;
- C<sub>tru</sub> – рівень довіри до магазину;
- C<sub>sp</sub> – швидкість обробки замовлень;
- C<sub>pay</sub> – зручність платіжних засобів;
- C<sub>doc</sub> – рівень уваги до відвідувачів;
- C<sub>sup</sub> – сервісна підтримка
- C<sub>pri</sub> – цінова політика;
- C<sub>dis</sub> – дисконтна політика;
- C<sub>del</sub> – робота служби доставки;
- C<sub>as</sub> – асортимент.

Масив показників **технологічної ефективності** системи електронної комерції ( $m[i, j]$ ) формується шляхом присвоєння їм суб'єктивних оцінок респондентів за шестибальною шкалою (5 – відмінно, 4 – дуже гарно, 3 – гарно, 2 – задовільно, 1 – погано, 0 – незадовільно)

Після чого визначається середньоарифметичне значення кожного показника за формулою:

$$\bar{m}_i = \frac{\sum_{j=1}^R m[i, j]}{R}$$

де  $i$  – показник технологічної ефективності;

$j$  – суб'єктивна оцінка, надана респондентом;

$R$  – загальна кількість респондентів