

Голіонко Наталія Григорівна,
асистент кафедри стратегії
підприємств ДВНЗ «КНЕУ
імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Golionko Nataliya,
assistant of enterprise strategy
department KNEU named after
Vadym Hetman, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕХОДУ ПІДПРИЄМСТВА ДО ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

ORGANIZATION TRANSITION OF THE ENTERPRISE TO E-BUSINESS

Анотація. Запропоновано підхід до вирішення традиційних і нових завдань сучасних підприємств шляхом впровадження електронної діяльності, заснованої на широкому використанні ІКТ та мережі Інтернет.
Ключові слова: електронний бізнес, підприємство, інформаційно-комунікаційні технології, Інтернет

Summary. The approach to the solution of traditional and new challenges of modern enterprises through the implementation of electronic activity, based on the wide use of ICT and the Internet.
Key words: e-business, enterprise information and communication technology, Internet

Діяльність вітчизняних підприємств останніми роками відбувається в умовах стрімкого росту використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у виробничо-господарських операціях. Це пов'язано зі зростанням обсягів інформації і знань, посиленням ролі інформаційної економіки та Інтернет, зростанням економічного статусу інформації, кардинальною зміною життя і діяльності людини. У таких умовах перед підприємствами, які мають сталий комплекс управлінських задач, постають ще й нові завдання, серед яких: запровадження клієнт орієнтованого підходу, який би фокусував зусилля підприємства на задоволенні потреб споживачів; поліпшення доступу на ринки збуту, зокрема міжнародні, що є критичним фактором для продажів і розвитку підприємства; реагування на посилення конкуренції шляхом створення партнерських відносин з внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами; необхідність регулярного оновлення асортименту і виведення на ринок інноваційних товарів та/або послуг; пошук шляхів зростання через створення інноваційних підходів, моделей діяльності тощо; забезпечення цілодобової можливості доступу до споживачів і надання оперативних консультативних послуг клієнтам компанії і т. д.

Враховуючи зростаючі темпи змін, що стосуються ринків, технологій, продуктів і конкурентів, усе це призводить до жорст-

ких часових умов при необмеженому інформаційному навантаженні при прийнятті рішень на підприємстві. За аналітичними дослідженнями пошук і обробка інформації інколи сягає 70 % всієї управлінської роботи на підприємстві.

На думку дослідників провідних країн світу, з метою вирішення нових завдань і забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємства в динамічному інформаційному середовищі потрібно активно впроваджувати технології і інструменти електронного ведення діяльності на вітчизняних підприємствах, що сприятиме ефективному вирішенню їх стратегічних, оперативних і тактичних задач.

Під електронною діяльністю (або електронним бізнесом) розумітимемо діяльність громадян або юридичних осіб, спрямовану на отримання прибутку, що базується на технічних та інформаційних засобах мережі Інтернет. Особливість е-бізнесу для підприємства полягає у можливості підтримувати і забезпечувати всю сукупність його зовнішніх бізнес-зв'язків і внутрішніх бізнес-процесів відповідними інформаційними технологіями (ІТ) та інформаційними системами з метою отримання вищої економічної ефективності порівняно з традиційним бізнесом [1]. Електронний бізнес базується на таких важливих технологіях: корпоративні інформаційні системи, мережеві Інтернет-технології, виробничі ІТ, системи підтримки прийняття рішень, технології штучного інтелекту, інші. У науковій літературі сукупність ІТ та інформаційних систем, модулів, додатків тощо називають технологіями електронного бізнесу, що передбачає можливість отримання прибутку за умови їх ефективного застосування в господарській діяльності підприємства.

При переході до електронного бізнесу варто розпочинати з ґрунтовної діагностики поточного стану підприємства, визначення ступеня його електронної готовності. Надалі схваливши позитивне рішення про перехід до е-бізнесу варто визначити стратегію і завдання для підприємства у електронній діяльності, обґрунтувати і затвердити стратегію розвитку підприємства, розробити конкретні дії для підприємства в цілому і за окремими функціональними напрямками (маркетинг, закупки, управління, виробництво, збут, фінанси, облік тощо), реалізувати запропоновані дії та оцінити відповідність отриманих результатів запланованим показникам.

Запорукою успіху розвитку моделі електронної діяльності стане нове, гнучкіше управління підприємством, що відповідати-

ме принципам проактивного клієнт орієнтованого розвитку компанії заснованого на партнерських стосунках.

Література

1. Голіонко Н. Г. Методологічні підходи до визначення е-бізнесу / Н. Г. Голіонко // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб.— Вип. 18.—К.: КНЕУ, 2006. — С. 101—106.

УДК: 65.011.1

e-mail: grebeshkov@spkneu.org

**Гребешков Олексій
Миколайович**

к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Grebeshkov Oleksiy

PhD, associate professor at
Enterprise Strategy Department
of SHEI «Kyiv National Economic
University named after Vadym
Hetman», Ukraine

СТРАТЕГІЧНА АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

STRATEGIC ADAPTATION OF ENTERPRISE: PRACTICAL ASPECTS

Анотація. Запропоновано визначення поняття стратегічної адаптації підприємства. Доведено необхідність трактування цього процесу як нового стратегічного імперативу.

Ключові слова: бізнес-стратегія, стратегічний менеджмент, стратегічна адаптація, бізнес-процеси, стратегічний імператив.

Summary. Author proposes the definition of strategic adaptation process of an enterprise and proves the necessity of interpretation of this process as a new strategic imperative.

Key words: business strategy, strategic management, strategic adaptation, business processes, strategic imperative.

В умовах інтенсивної конкуренції, глобалізації та постійних технологічних змін, а також пришвидшеного життєвого циклу продукції та послуг, здатність підприємства адаптуватись до такого середовища набуває статусу нового стратегічного імперативу. З цієї точки зору стратегічну адаптацію можна визначити як постійно повторюваний процес стратегічного вирівнювання всіх елементів бізнес-стратегії підприємства у відповідності до контексту зовнішнього бізнес-середовища (адаптовано та доповнено за [1]).

Сьогодні багато підприємств мають чітко сформульовану стратегію. Але насправді для досягнення успіху в її впровадженні та реалізації необхідно особливу увагу приділяти наступним ас-