МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД

«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

**ГОЛІОНКО НАТАЛІЯ ГРИГОРІВНА**

УДК 005.93 : 004.738.5 (043.3)

**УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ**

(за матеріалами підприємств фармацевтичної промисловості України)

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Київ - 2014

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі стратегії підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

**Науковий керівник**: кандидат економічних наук, доцент

**Москалюк Владилен Єфремович**,

пенсіонер

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор,

**Плескач Валентина Леонідівна,**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,

професор кафедри програмування та комп'ютерної техніки

кандидат економічних наук, доцент,

**Капінус Лариса Василівна,**

Національний університет харчових технологій (м. Київ),

доцент кафедри маркетингу

Захист відбудеться « \_25\_ » грудня 2014 року о 1600 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.006.03 ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1, ауд. 203.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03113, м.  Київ, вул. Дегтярівська, 49-г, ауд. 601.

Автореферат розіслано «\_21\_» листопада 2014 р.

|  |  |
| --- | --- |
| В. о. вченого секретаря  спеціалізованої вченої ради,  доктор економічних наук, доцент | Л.М. Ємельяненко |

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми.** Становлення постіндустріального суспільства тісно пов’язане з науково-технічною революцією, яка супроводжується масштабною автоматизацією й інформатизацією та викликає істотні зміни в принципах і методах організації праці, при цьому інформація стає визначальним чинником виробничої діяльності. Сьогодні успіх підприємства незалежно від його розміру і сфери діяльності насамперед визначається застосовуванням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Використання ІКТ є неодмінною умовою обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації структури підприємства, підвищення ефективності виробництва, визначення перспектив інноваційного розвитку тощо. Водночас інтенсивне використання ІКТ та поширення мережі Інтернет потребують переведення частини бізнес-процесів підприємства в електронне середовище та спричинюють розвиток нового виду підприємницької діяльності – електронного бізнесу (*е*-бізнесу).

Сфера *е*-бізнесу динамічно розвивається в усьому світі. Миттєва швидкість передання інформації, відсутність географічних і часових обмежень для споживачів, низькі витрати, широкий набір унікальних маркетингових інструментів й інші переваги визначають інтерес до *е*-бізнесу з боку підприємств, виробників товарів і послуг.

Поширенню *е*-бізнесу в Україні сприяє зростання кількості користувачів мережі Інтернет (близько 50 % населення), упровадження систем електронних платежів за товари і послуги, розвиток національного ІКТ-ринку та інші ознаки інформатизації суспільства. Проте успішне здійснення бізнесу в мережі Інтернет передбачає перехідний етап його впровадження, пов’язаний з використанням на підприємствах нових електронних інструментів, новітніх методів і принципів роботи, удосконаленням організаційної структури і системи управління, оптимізацією бізнес-процесів підприємства, з постійним оновленням знань та навичок його співробітників тощо. Ефективне управління підприємством стає ключовим чинником підвищення його конкурентоспроможності і потребує застосування сучасних методик та інструментів, адаптованих до роботи в інформаційному суспільстві.

Теорія і практика управління підприємством досліджується у працях зарубіжних і вітчизняних авторів: Д. Аакера, Р. Акоффа, І. Ансоффа, О. Віханського, Ф. Гуіяра, Р. Дафта, П. Друкера, А. Кредісова, Г. Клейнера, В. Кноррінга, Є. Короткова, Ф. Котлера, І. Мазура, Б. Мільнера, Г. Мінцберга, В. Москалюка, А. Наливайка, Є. Панченка, Т. Пітерса, С. Роббінса, В. Шапіра, Ф. Тейлора, А. Файоля, К. Уолша, Р. Уотермена та інших. Питанням, пов’язаним з використанням інформаційних систем і технологій у комерційній діяльності та з розвитком *е*-бізнесу, присвячені праці А. Баранова, А. Берези, В. Бикова, Д. Еймора, Б. Гейтса, А. Геращенко, Є. Грабовського, М. Делла, М. Желени, Л. Капінус, А. Кармінського, М. Кастельса, Л. Климченя, І. Козак, Д. Козьє, С. Лазарєвої, Н. Меджибовської, Г. Мінса, С. Парінова, В. Плескач, К. Пейтела, А. Пушкаря, Ю. Рублевської, Д. Сігела, А. Соколової, А. Чернікова, А. Чухна, О. Шевчука та інших.

Слід зазначити, що, незважаючи на значну увагу вчених до проблематики використання технологій електронного бізнесу в підприємницькій діяльності, мають місце суперечності у трактуванні основних категорій *е*-бізнесу, недостатньо узгоджені різні аспекти оцінювання його переваг, підходи до його використання та поетапного запровадження на підприємстві, що й обумовило вибір теми дослідження, її мету і завдання.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційну роботу виконано згідно з планами науково-дослідних робіт кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за темами: «Стратегія розвитку економічної організації» (державний реєстраційний номер 0106U001805), у межах якої особисто автором розроблено теоретико-методичний підхід до управління підприємством в умовах інформатизації економіки; «Стратегія підприємства в постіндустріальній економіці» (державний реєстраційний номер 0111U002621), у якій особисто автором обґрунтовано підходи та інструментарій управління розвитком *е*-бізнесу на підприємстві. На замовлення ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» колективом кафедри стратегії підприємств виконувалася робота «Стратегічне управління знаннями підприємства» (КПКВ: 2201040 «Прикладні розробки за напрямами науково-технічної діяльності вищих навчальних закладів»), у межах якої особисто автором визначено складові та інструментарій інформаційної інфраструктури системи менеджменту знань підприємства.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є наукове обґрунтування теоретико-методичних і прикладних аспектів удосконалення управління підприємством в умовах використання інформаційно-комунікаційних технологій та забезпечення ефективного розвитку електронного бізнесу.

Для досягнення зазначеної мети поставлено та розв’язано такі завдання:

* визначено мету, завдання, принципи і методи процесу управління підприємством в умовах поширення новітніх інформаційно-комунікаційних технологій з урахуванням особливостей розвитку інформаційного суспільства в Україні;
* розкрито економічний зміст, сучасні тенденції та етапи становлення електронного бізнесу на підприємстві;
* обґрунтовано вплив технологій *е*-бізнесу на трансформацію системи управління підприємством;
* здійснено оцінювання стану електронного бізнесу на підприємствах фармацевтичної галузі України та систематизовано передумови його розвитку;
* ідентифіковано стратегічні групи вітчизняних фармвиробників у контексті формування і розвитку ними новітніх ІКТ;
* обґрунтовано комплексний підхід до процесу управління підприємством на основі використання технологій *е*-бізнесу;
* визначено науково-методологічні підходи до формування стратегій розвитку підприємства за основними функціональними сферами з метою оптимізації їх діяльності у *е*-бізнесі;
* розроблено науково-прикладний інструментарій управління підприємством в умовах використання технологій електронного бізнесу.

*Об’єктом дослідження* є процеси управління вітчизняними підприємствами фармацевтичної промисловості.

*Предметом дослідження є* сукупність теоретичних та практичних аспектів підвищення ефективності управління підприємством на основі використання технологій електронного бізнесу.

*Методи дослідження*. У дисертаційній роботі застосовано широкий спектр загальнонаукових і спеціальних методів теоретичного й емпіричного дослідження, а саме: історично-еволюційний – для дослідження еволюції економічної думки щодо управління підприємством та феномену *е*-бізнесу; теоретичного узагальнення – для визначення складових системи управління підприємством в *е*-бізнесі; порівняння – для зіставлення особливостей світового і вітчизняного досвіду *е*-бізнесу; систематизації – для упорядкування підходів до трактувань поняття *е*-бізнесу; класифікаційно-аналітичний – для виявлення структурних компонентів *е*-бізнесу та розроблення його моделей; статистичного аналізу – для групування, порівняння та оцінювання ознак електронної діяльності на фармпідприємствах; експертної оцінки – для визначення чинників зовнішнього середовища та факторів готовності фармпідприємств до ведення *е*-бізнесу; графічно-аналітичний – для моделювання досліджуваних соціально-економічних явищ та процесів, які досліджувалися в дисертації.

*Інформаційну базу дослідження* становлять основні положення наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, офіційні нормативні документи Верховної Ради України, Державної служби статистики України, міжнародних організацій; офіційна звітна інформація та організаційно-методична документація підприємств фармацевтичної галузі, матеріали періодичних видань, наукових конференцій та інші матеріали, оприлюднені у друкованій формі або розміщені в мережі Інтернет.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Найсуттєвішими результатами дисертації, що формують її наукову новизну, містять практичну цінність і виносяться на захист, є такі:

*вперше:*

* обґрунтовано науково-методичний підхід та розроблено прикладний інструментарій удосконалення управління підприємством в умовах використання технологій *е*-бізнесу, послідовність реалізації якого включає: діагностику електронної готовності та викликаних нею змін в управлінні підприємством; розроблення системи   
  *е*-бізнесу на рівні підприємства з уточненням стратегії розвитку та формуванням нових напрямів його діяльності в умовах розвитку інформаційного суспільства; упровадження системи *е*-бізнесу на базі корпоративної інформаційної системи за допомогою системної інтеграції та реінжинірингу бізнес-процесів, функціонування корпоративного сайта й неперервного професійного навчання персоналу; моніторинг і контроль електронної діяльності, розвитку системи *е*-бізнесу, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, забезпечення ефективного функціонування підсистем захисту і відповідних змін в управлінні підприємством;

*удосконалено:*

* трактування поняття електронного бізнесу як виду господарської діяльності юридичних осіб, спрямованого на отримання прибутків, що базується на використанні ІКТ і глобальної мережі Інтернет з метою створення додаткової вартості. Використання систем *е*-бізнесу на підприємстві полягає в можливості підтримувати і забезпечувати всю сукупність бізнес-процесів за допомогою ІКТ та інформаційних систем для отримання надприбутків;
* процедурно-функціональний підхід до управління підприємством в умовах використання технологій електронного бізнесу, що на відміну від традиційного, передбачає трансформацію складових системи управління під впливом процесів інформатизації підприємства;
* послідовність етапів запровадження технологій *е*-бізнесу на підприємстві в напрямі структуризації процесу розвитку електронного бізнесу через проведення загальної інформатизації, створення сайта, упровадження корпоративної інформаційної системи, здійснення електронної комерції, інтеграції підприємства з клієнтами, постачальниками і партнерами в інтернет-середовищі;
* методика оцінювання можливостей підприємства здійснювати *е*-бізнес, яка доповнюється інструментарієм визначення мережевої готовності підприємства як здатності до постійного вдосконалення за запропонованими критеріями лідерства, керівництва, компетентності та технологічності;

*набули подальшого розвитку:*

* модель формування лояльності споживачів із використанням інформаційно-маркетингових технологій, яка дає змогу визначити та/або сформувати вподобання цільових споживачів конкретного товару через аналіз неофіційних інтернет-майданчиків для спілкування за допомогою спеціальної інтелектуальної інформаційної програми;
* науково-методологічний підхід до комплексного визначення доданої вартості на підприємстві (в межах базової моделі М. Портера), яка формується в умовах використання технологій *е*-бізнесу та враховує одночасно особливості її застосування в реальному та віртуальному просторах;
* методика оцінювання ефективності витрат підприємства на інформаційно-комунікаційні технології, яка, на відміну від існуючих, доповнюється запропонованим коефіцієнтом витрат на інформаційні технології та визначається через співвідношення витрат на ІКТ до загальних витрат підприємства.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що вони доведені до рівня конкретних рекомендацій, алгоритмів, схем і моделей, спрямованих на вдосконалення управління підприємствами фармацевтичної галузі в умовах використання технологій *е*-бізнесу. Прикладне значення наукових розробок підтверджується їх впровадженням у практику діяльності підприємств та організацій:

* пропозиції щодо оцінювання наявної на підприємстві інформаційної інфраструктури, визначення ступеня електронізації підприємства з метою оптимізації його управлінської діяльності використано на ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» (довідка № 14/51-СН від 14.02.2014 р.);
* окремі пропозиції та рекомендації автора знайшли практичне застосування в діяльності Інституту міжнародного ділового співробітництва при підготовці рекомендацій для Управління співробітництва з міжнародними організаціями та координації міжнародної технічної допомоги Міністерства фінансів України. Напрацювання дисертанта були використані для підготовки угоди про поглиблену і всеохоплюючу зону вільної торгівлі як складової частини Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС, Розділ 6 якої присвячено торгівлі послугами та електронній комерції (довідка № 17/5 від 27.05.2014 р.);
* запропоновані автором пропозиції щодо розвитку електронних технологій в управлінні підприємством, розробленні перспективних напрямів *е*-бізнесу знайшли своє застосування в діяльності ПАТ «Вітаміни» (довідка № 134/01 від 17.02.2014 р.);
* запропонована автором процедура запровадження системи електронного бізнесу на підприємстві та підходи до застосування окремих електронних технологій використані в діяльності ТДВ «ІнтерХім» (довідка № 782 від 21.04.2014 р.);
* основні науково-методичні положення та результати дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» при викладанні навчальних дисциплін «Мікроекономіка» та «Планування і контроль на підприємстві», які є складовими фахової підготовки магістрів з економіки підприємства (довідка від 11.02.2014 р.).

**Особистий внесок здобувача**. Дисертація є результатом власних наукових досліджень. Викладені в роботі наукові розробки, положення та результати отримані автором самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті положення, що належать особисто здобувачеві.

**Апробація результатів дослідження**. Основні результати та висновки дисертації оприлюднені автором на науково-практичних конференціях «Актуальні проблеми сучасних наук: теорія та практика» (м. Дніпропетровськ, 2005 р.), «Динаміка наукових досліджень 2005» (м. Дніпропетровськ, 2005 р.), «Управління стратегічними змінами на підприємстві: концептуальні засади, методологія та практика» (м. Київ, 2005 р.), «Економіка підприємства: теорія і практика» (м. Київ 2006 р.), «Європейська наука XXI ст.: стратегія і перспективи розвитку» (м. Дніпропетровськ, 2006 р.), «Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики» (м. Харків, 2007 р.), «Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку» (м. Київ, 2007 р.), «Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів» (м. Київ, 2011 р.), «Участь України в зонах вільної торгівлі: стан, проблеми, перспективи» (м. Київ, 2011 р.), «Економіка підприємства: теорія та практика» (м. Київ, 2012 р.), «Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу» (м. Київ, 2013 р.), «Від викладання дисциплін – до освоєння наук» (м. Київ, 2013 р.), «Тренінгові технології в освіті і бізнесі: досвід і перспективи застосування» (м. Київ, 2013 р.).

**Публікації.** За результатами проведених досліджень опубліковано 23 наукові праці загальним обсягом 6 д. а., серед яких: 1 колективна монографія, 1 підручник, 6 статей – у наукових фахових виданнях України, 1 стаття – у науковому фаховому виданні України, що входить до міжнародних наукометричних баз, 14 – в інших виданнях.

О**бсяг та структура роботи**. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 172 сторінках, у тексті дисертації розміщено 16 рисунків на 13 сторінках, 31 таблиця на 21 сторінці. Список використаних джерел містить 124 найменування.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІ ЙНОЇ РОБОТИ**

У**вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено мету й основні завдання, об’єкт, предмет та методи дослідження, викладено наукову новизну, практичне значення одержаних результатів та їх апробацію.

У **розділі 1 «Теоретичні засади управління підприємством в інформаційному суспільстві»** досліджено інформаційну еволюцію середовища діяльності та управління підприємством; уточнено змістове наповнення базових категорій та детермінант напряму дослідження, проаналізовано розвиток управління як самостійного виду діяльності й науки управління; обґрунтовано трансформацію системи управління підприємством в умовах розвитку інформаційного суспільства та використання технологій електронного бізнесу.

На основі дослідження поглядів науковців, сутності та ключових характеристик управлінської діяльності сформульовано авторську позицію щодо трактування управління підприємством як комплексу розроблення економічно ефективних рішень, метою якого є отримання бажаних результатів за умови належного використання наявних ресурсів у сучасних інформаційних умовах господарювання.

Найбільш значущим фактором управління і розвитку сучасного підприємства визнано динамічні зміни зовнішнього середовища, вплив яких на ефективність управління визначається через розширення меж діяльності підприємства, ускладнення відносин з клієнтами та партнерами, збільшення доступної інформації. У результаті на підприємстві зростає кількість управлінських рішень і скорочується час їх прийняття, що обумовлює потребу перегляду методів, принципів, інструментів управління підприємством у напрямі зростання ступеня його інформатизації.

У результаті узагальнення теоретичних напрацювань та практичного досвіду доведено, що обсяги інформації мають експоненціальний характер зростання, наслідком чого є як набуття інформацією статусу стратегічного ресурсу, так і зростаюча потреба підприємств в отриманні актуальної і своєчасної інформації для прийняття управлінських рішень завдяки розвитку процесів інформатизації. Актуалізація таких процесів полягає в забезпеченні та прискоренні передання і обробки інформації, посиленні інтелектуального потенціалу підприємства, можливості переходу до електронного ведення бізнесу.

Систематизація поглядів та підходів фахівців до трактування поняття електронний бізнес дали змогу сформулювати авторське визначення електронного бізнесу (*е*-бізнесу) як виду діяльності юридичних осіб, спрямованого на отримання прибутків, що базується на використанні ІКТ і глобальної мережі Інтернет з метою створення додаткової вартості. Використання системи *е*-бізнесу на підприємстві полягає в можливості підтримувати і забезпечувати всю сукупність бізнес-процесів за допомогою ІКТ та інформаційних систем для отримання підприємством надприбутків.

Узагальнення результатів досліджень щодо впливу на діяльність підприємств технологій електронного бізнесу як сукупності спеціалізованих інформаційних систем і додатків, інтегрованих у корпоративну інформаційну систему (КІС), дало можливість визначити додаткові джерела конкурентних переваг на підприємстві, якими є доступ на глобальні ринки, нові способи організації виробництва, обмін інформацією і знаннями, персоналізація обслуговування споживачів, можливість управління підприємством з будь-якого місця, розширення асортименту продукції відповідно до потреб ринку, зростання продуктивності праці, скорочення витрат, постійний оперативний доступ до інформації про ринки, конкурентів та споживачів, установлення і підтримання унікальних взаємозв’язків з клієнтами та бізнес-партнерами при формуванні ціннісної пропозиції.

Визначено, що однією з переваг розвитку *е*-бізнесу на підприємстві є можливість його переходу на нову двоєдину технологію формування цінності, яка, на відміну від розробленої Майклом Портером, складається з аналізу і контролю витрат як у традиційному сенсі, так і залежно від ступеня охоплення підприємством інформаційного простору та застосування ним інформаційних технологій і систем у різних ланках ланцюжка створення цінності. Доведена можливість формування додаткової цінності для споживача крім реального й у віртуальному (інформаційному) середовищі, використовуючи сукупність упроваджених на підприємстві ІКТ як окремий інструмент створення конкурентної переваги.

Обґрунтовано, що ланцюжок створення цінності окремої компанії може стати частиною спільної системи створення цінності, яка поєднує партнерів та споживачів і передбачає досягнення конкурентних переваг через зовнішні зв’язки між учасниками ланцюжка у віртуальному ринковому просторі. Сформована спільна мережа створення цінності продовжує концепцію М. Портера для інформаційного середовища діяльності підприємства і поглиблює її в частині формування віртуальних конкурентних переваг як складової конкурентоспроможності підприємства.

На основі узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду електронного ведення діяльності, його еволюції визначено етапи переходу до електронного ведення господарської діяльності вітчизняними підприємствами (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Характеристика етапів розвитку е-бізнесу на підприємстві\***

| 1. **Етапи розвитку** 2. ***е*-бізнесу** | 1. **Характерні особливості етапу** | 1. **Ключові дії** |
| --- | --- | --- |
| Загальна інформатизація | Формування стратегічного плану для напряму *е*-бізнесу, пошук потенційних партнерів та інформації про інфраструктуру інтернет-середовища | - формування ІТ-інфраструктури;  - інформатизація діяльності;  - запровадження електронного документообігу |
| Представництво в Інтернет | Розроблення (оновлення) веб-сайта компанії, здійснення маркетингових експериментів у мережі Інтернет | - стимулювання використання Інтернет, - інтеграція внутрішніх інформаційних ресурсів підприємства |
| Створення платформи *е*-бізнесу | Упровадження спеціалізованих ІКТ і ІС, платіжних та інших систем; організація навчання персоналу; забезпечення системи захисту інформації | - створення центрів обміну даними і мереж підприємства;  - розвиток загальної ІТ-інфраструктури;  - упровадження міжнародних регламентів |
| Запровадження *е*-комерції | Здійснення е-комерції, виконання бізнес-проектів (інноваційні, виробничі) на основі платформи *е*-бізнесу; надання післяпродажної підтримки клієнтам через мережу Інтернет | - стимулювання взаємодії між підприємствами, партнерами, клієнтами;  - надання ефективних електронних послуг |
| Мережеве партнерство | Створення міжкорпоративних порталів, налагодження вигідних партнерських відносин з клієнтами, партнерами в мережі Інтернет | - інтеграція бізнесу та електронних послуг;  - збільшення обсягів залучення електронних послуг і синергія. |

*\*Джерело: розроблено автором*

У роботі доведено, що реалізація запропонованих етапів розвитку *е*-бізнесу передбачає структуризацію та систематизацію відповідних процесів на підприємстві, успіх яких забезпечується своєчасною адаптацією управлінської діяльності в умовах динамічного інформаційного середовища через посилення проактивного управління підприємством та трансформацію системи управління, її складових елементів і зв’язків між ними, що зазнають перетворень на постійній основі (табл. 2).

*Таблиця 2*

**Трансформація складових системи управління підприємством в *е*-бізнесі\***

|  |  |
| --- | --- |
| **Елементи системи управління** | **Сутність трансформації** |
| Методологія управління (закони, принципи, методи, функції, технологія управління) | * Перехід до концепції клієнтоорієнтованого управління; * поєднання принципів стратегічного управління та мережевого управління (за К. Келлі); * вивчення бізнес-системи як сукупності взаємопов’язаних розподілених проектів; * розширення і диференціація функцій управління у зв’язку з диверсифікацією, віртуалізацією та глобалізацією виробництва; * переорієнтація стратегічних пріоритетів з акцентом на гнучкість, посилення програмно-цільового управління, реорганізацію підрозділів та їх взаємодію, посилення інтеграції; |
| Процес управління (система комунікацій, розроблення і реалізація управлінських рішень, інформаційне забезпечення) | * Автоматизація процесів управління (планування, організації і контролю) за попередньо виділеними центрами відповідальності; * забезпечення організаційно-інформаційного, фінансово-економічного, соціального та комунікаційного механізму управління; * акцентування уваги на управлінні нематеріальними активами; |
| Структура управління (функціональні структури, потоки інформації, поведінкова система, навчання персоналу) | * Перехід до гнучкої, горизонтальної організаційної структури управління через мережеву організацію праці; * перегрупування підрозділів, створення підрозділів стратегічного управління та розвитку електронного бізнесу; * формування ефективної системи мотивації та навчання персоналу; |
| Техніка і технологія управління (мережі зв’язку, ІС, системи документообігу, комунікаційні системи) | * Створення загального інформаційного середовища управління підприємством на основі комплексної інтегрованої інформаційної системи, яка включатиме внутрішні і зовнішні комунікації та зв’язки з клієнтами і партнерами підприємства. |

*\*Джерело: розроблено автором*

Доведено, що трансформація системи управління на підприємстві приводить до нового вищого рівня розвитку, пов’язаного із задоволенням потреб споживачів, які виникають в інформаційному середовищі і яким має відповідати підприємство (гнучкість, оперативність надання інформації, цілодобова он-лайн присутність у мережі Інтернет тощо). Одночасно вона впливає на принципи, функції управління, методи й інструменти здійснення управлінської діяльності, які у разі переходу до електронного ведення діяльності набувають ознак клієнтоорієнтованості, мобільності, оперативності надання інформації.

У**розділі 2 «Аналітична оцінка можливостей використання технологій електронного бізнесу в управлінській діяльності підприємств фармацевтичної галузі України»** досліджено структуру, характерні риси, тенденції та перспективи розвитку фармацевтичної галузі, здійснено її економічну діагностику та оцінку поширення процесів інформатизації на фармацевтичних підприємствах, проведено ідентифікацію стратегічних груп фармвиробників за станом розвитку на них електронного бізнесу.

На основі аналітичної характеристики економічної діяльності фармацевтичних підприємств України з’ясовано, що галузь перебуває на етапі зрілості, провідні фармвиробники володіють достатнім потенціалом для забезпечення внутрішнього ринку якісними, сучасними і доступними лікарськими засобами (ЛЗ). Понад 150 вітчизняних фармацевтичних підприємств виробляють близько 1600 із 3500 препаратів, що продаються в Україні. Асортимент ринку налічує біля 22,5 тис. найменувань ЛЗ, серед яких приблизно 2,5 тис. од. (11%) оригінальних та 20 тис. од. (89 %) – генеричних ЛЗ (аналогів оригінальних запатентованих ЛЗ). Частка вітчизняних ЛЗ у натуральному вигляді перевищує 65 % від загального обсягу фармринку, який у 2013 р. становив 36 млрд. грн. Середнє щорічне зростання ринку становить 15 %. Продукція п’яти найбільших виробників ЛЗ займає близько 50 % ринку у грошовому вимірі та п’яту частину ринку медикаментів – у натуральному.

Спираючись на проведений аналіз підприємств фармацевтичної галузі України за часткою ринку та критерієм витрат на ІКТ, у роботі виділено три стратегічні групи (СГ) підприємств та побудовано карту стратегічних груп (рис. 1).

Позначення: 1 – ПАТ «Фармак»; 2 – корпорація «Артеріум»; 3 – ПАТ «ФФ «Дарниця»; 4 – ПАТ НВЦ «БХФЗ»; 5 – ПАТ «Здоров’я»; 6 – ПАТ «Індар»; 7 – ПАТ «Стіролбіофарма»; 8 – АТ «Лекхім»; 9 – ПрАТ «Біофарма»; 10 – ТДВ «ІнтерХім»; 11 – ПАТ «Фітофарм»; 12 – ПАТ «Дніпрофарм»; 13 – ПАТ «Луганський ХФЗ»; 14 – ТОВ «Фармастарт»

Рис. 1. Стратегічні групи підприємств фармацевтичної промисловості України\*

*\* Джерело: розроблено автором*

До СГ1 віднесено 5 виробників ЛЗ – лідерів фармацевтичної галузі (ПАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум», ПАТ «ФФ «Дарниця», ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ», ТОВ ФК «Здоров’я»), ринкова частка кожного з яких становить близько 10 %, з широким асортиментом продукції та потужним виробничим потенціалом. До СГ2 – підприємства з меншими витратами на ІТ (до 20 %) та частками ринку в межах 1-6 % (ПАТ «Індар», ПАТ «Стіролбіофарма»та ін.). СГ3 представлена невеликими регіональними виробниками ЛЗ з часткою ринку в межах 1-3 % і бюджетом на ІТ, що не перевищує 10 % (ПАТ «Дніпрофарм», ПАТ «Луганський ХФЗ», ін.). Найінтенсивніша конкуренція відбувається між підприємствами в межах однієї СГ за ключовими факторами успіху (КФУ), до яких у фармацевтиці можна віднести інноваційність, переваги в організації виробництва, фактори маркетингу, дистрибуції, кадрової роботи та ін.

На основі аналізу специфіки функціонування стратегічних груп виявлено фактори оцінювання готовності підприємств до впровадження і розвитку *е*-бізнесу, визначальними серед яких є: економічний стан підприємства, його інноваційна активність, сукупність наявних ресурсів (техніко-технологічних, організаційних, кадрових, інформаційних, фінансових тощо) та мережева готовність як здатність підприємства до постійного вдосконалення за критеріями лідерство, керівництво, компетентність та технології.

У роботі за визначеними факторами ідентифіковано етап розвитку *е-*бізнесу для вітчизняних фармвиробників кожної стратегічної групи (табл. 3).

*Таблиця 3*

**Оцінювання готовності до ведення *е*-бізнесу на підприємствах**

**фармацевтичної галузі\***

| **Фактор** | **СГ1** | **СГ2** | **СГ3** | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Економічний стан компанії (виробничий,  інвестиційний,  експортний потенціал) | Виробництво – у фазі піднесення (щорічне зростання на 15-20 %); інвестиції – власні (техніко-технологічне оновлення, навчання персоналу тощо) і залучені (у КІС) кошти; у 2012 р. експорт ЛЗ зріс на 25 % | Виробництво ЛЗ – зрос-тання на 1-5 %; інвести-ційні кошти переважно власні, незначні (навчання, проекти розвитку); ек-спорт у межах 2-5 лікар-ських форм (ЛЗ-генерики) | Виробництво ЛЗ – зростання на 1-2 %, стандарти GMP мають не всі під-приємства; інвестиції - власні, обмежені; експорт – окремі ЛЗ | |
| Інноваційна активність | Підприємства мають сучасні R&D центри («Артеріум»); за рік упроваджують до 10 інноваційних рослинних ЛЗ (ПАТ НВЦ «БХФЗ»); кар-діологічних, біотехнологічних та інших ЛЗ (ПАТ «Фармак») | Інновації на підприєм-ствах пов’язані з упровадженням 1-2 лікарських препаратів на рік, переважно ліків-генериків | Інноваційні препа-рати не розроб-ляються у зв’язку з низькими потуж-ностями, браком фінансових коштів | |
| Забезпеченість ресурсами | Високий ступінь забез-печеності фінансовими, технік-ними, технологічними, кадро-вими ресурсами; здійснюється аналіз і планування ресурсів в ІС (ERP, MFG/PRO), їх оцінювання та управління ресурсозбереженням | Достатній ступінь забезпеченості вироб-ничими ресурсами в межах визначених виробничих планів; здійснюється регулярна оцінка рівня їх використання | Низька ефективність використання ресурсів, у т.ч. через недосконалий аналіз ресурсовіддачі | |
| Мережева готовність (лідерство, керівництво,  компетентність,  технології) | Підприємства мають упроваджені КІС; регулярні навчальні програми персоналу; управлінські рішення прий-маються «старими» методами; підприємства ведуть постійну конкурентну боротьбу | ІТ впроваджені фрагментарно (відсутня КІС), централізоване управління і контроль, реакція на зовнішні зміни повільна | ІТ і ІС розвиваються повільно, переважно «ручне» управління підприємством | |
| **Висновок** | | | | |
|  | **Етап створення платформи *е*-бізнесу:** розвиток ІТ-інфраструктури, технічних стандартів, інформаційного менеджменту, впроваджена КІС як система забезпечення розвитку електронного бізнесу на підприємстві | **Етап представництва в мережі Інтернет:** наявний корпоративний сайт, сти-мулювання використання мережі Інтернет та об’єднання внутрішніх комп’ютерних ресурсів підприємства | | **Підготовчий етап:** освоєння ІТ, мережі Інтернет, початок інформатизації підприємства, формування ІТ-інфраструктури |

*\*Джерело: розроблено автором*

За результатами факторного аналізу сформовано висновок про найбільшу готовність до діяльності в мережі Інтернет підприємств СГ1 – провідних фармвиробників ЛЗ. Підприємства СГ1 перебувають на етапі створення платформи *е-*бізнесу, що означає подальше формування розвиненої ІКТ-інфраструктури і підготовку до комерційної діяльності в мережі Інтернет за різними моделями електронного бізнесу. Ступінь розвитку *е*-бізнесу на підприємствах СГ2 оцінений як етап представництва в мережі Інтернет, що підтверджується розробленими і поновлюваними сайтами компаній, стимулюванням використання мережі Інтернет серед співробітників і партнерів підприємств. Більшість підприємств СГ3 перебувають на підготовчому етапі розвитку *е*-бізнесу, про що свідчить відсутність у більшості з них корпоративних сайтів та подання контактної інформації на медичних, пошукових або аналітичних порталах, майданчиках у мережі Інтернет.

На підставі проведеного PEST-аналізу виявлено суттєвий вплив соціальних і технологічних факторів на функціонування фармацевтичних підприємств. Нинішня демографічна ситуація свідчить про зростання частки населення старшого віку з низькою платоспроможністю, що істотно впливає на скорочення обсягів продажу ЛЗ і, як наслідок, змушує фармвиробників шукати альтернативні шляхи підвищення результативності. Вагомим фактором є зростання інтернет-продажів ЛЗ, що пов’язано з поширенням електронних методів у культуру споживання, особливо молодого населення, яке є другою численною групою покупців ЛЗ після пенсіонерів. Істотним технологічним фактором є ІКТ та корпоративна інформаційна система, які впроваджені переважно на великих фармпідприємствах та сприяють створенню ними споживчої цінності. Економічні показники характеризують фармацевтичну галузь як таку, що має високу рентабельність, значну ємність і потенціал зростання, проте відсутність системи реімбурсації (відшкодування вартості ЛЗ державою) стримує розвиток галузі.

У процесі дослідження визначених у роботі зовнішніх і внутрішніх передумов розвитку *е*-бізнесу на підприємствах галузі доведено особливу значущість таких факторів, як стратегія підприємства, кадровий, техніко-технологічний потенціал, методи і принципи діяльності, тобто факторів, на які підприємство може впливати самостійно. Серед зовнішніх передумов слід особливо відмітити зростаючу кількість інтернет-аптек, віртуальних медичних консультацій, форумів, блогів та інших проявів інформатизації суспільства, оцінювання впливу яких на діяльність підприємства остаточно не здійснене. Сукупність означених передумов для виробничих підприємств є сигналом до перегляду стратегічних пріоритетів, модернізації інструментарію управлінської діяльності; диверсифікації методів діяльності (просування ЛЗ, зв’язків з клієнтами) і використання електронних інструментів для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

У**розділі 3 «Розвиток управлінських засад використання технологій електронного бізнесу»** розроблено науково-методичний підхід до процесу управління підприємством в умовах використання технологій *е*-бізнесу, визначені етапи впровадження та особливості реалізації підходу для підприємств різних СГ, розроблено окремі його елементи як стратегії розвитку *е*-бізнесу за основними функціональними напрямами діяльності підприємства, обґрунтовано модель формування лояльності споживачів з використанням інформаційно-маркетингових технологій.

У роботі запропоновано методичний підхід до процесу управління підприємством в умовах використання технологій *е*-бізнесу, який складається з чотирьох етапів (рис. 2) і має за мету підвищення ступеня керованості підприємства через упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та корпоративної інформаційної системи, що сприятиме більшій поінформованості керівництва, комплексності, оперативності та узгодженості управлінських рішень і в результаті забезпечить належну конкурентоспроможність підприємства в динамічному інформаційному середовищі. Сутність методичного підходу полягає в діагностуванні поточного рівня інформатизації підприємства, зрілості його ІКТ-інфраструктури та її відповідності для прийняття управлінських рішень у динамічному інформаційному середовищі; установленні стратегічних пріоритетів з урахуванням розвитку *е*-бізнесу; запровадженні елементів системи е-бізнесу відповідно до визначених стратегічних настанов; введенні системи захисту і системи контролю за розвитком *е*-бізнесу. Розроблення зазначеного підходу базується на принципах системності й цілісності управлінської діяльності, гнучкості та індивідуальності при впровадженні елементів системи *е*-бізнесу на певному підприємстві.

Оцінювання поточного стану управлінської діяльності підприємства та ступінь її інформатизації доцільно здійснювати на етапі «діагностики» спеціально створеною аналітичною групою провідних фахівців через ідентифікацію компонентів системи *е*-бізнесу, оцінювання їх впливу на процес прийняття рішень, визначення рівня управління, технічної, організаційної, технологічної та інших складових системи електронного ведення діяльності. Уточнення стратегії підприємства має відбуватися на етапі «розроблення» системи електронного бізнесу на основі розвитку *е*-бізнесу за базовим, функціональним, ринковим та інтеграційним напрямами. За результатами проведеного інформаційного обстеження підприємства запропоновано моделювати його електронні бізнес-процеси, організаційну структура, у тому числі робочі процеси системи *е*-бізнесу підприємства, систему *е*-документообігу та ін. Результатом оновленої стратегії з урахуванням прогнозних показників діяльності має бути затверджений план розвитку підприємства та обґрунтований напрям електронної діяльності. На етапі «впровадження» системи електронного бізнесу важливо забезпечити введення затверджених планом розвитку компонентів системи *е*-бізнесу на підприємстві. З метою інтеграції його бізнес-процесів, забезпечення оперативною інформацією фахівців усіх рівнів управління поетапно впроваджується КІС, оновлюється сайт, запроваджується система управління знаннями та вводяться інші зміни в організації діяльності й управлінні підприємством в умовах використання технологій *е*-бізнесу.

Доведено, що на етапі «моніторингу і контролю, розвитку системи е-бізнесу підприємства» необхідно передбачити встановлення системи захисту, у тому числі через забезпечення безпеки в мережі Інтернет, заходів фінансової безпеки, застосування нормативно-правових, соціально-економічних та інших заходів, а також здійснення моніторингу і контролю, оцінювання відповідності поточної діяльності обраним на підприємстві стратегії, планам, стандартам *е*-бізнесу. Визначено, що тривалість запровадження методичного підходу залежить від рівня інформатизації, впровадженої корпоративної інформаційної системи та готовності підприємства до змін.

Запропоновані в роботі елементи методичного підходу – стратегії *е*-логістики, *е*-маркетингу, *е*-постачання формуються і розглядаються на етапі розроблення системи *е*-бізнесу в межах відповідної корпоративної стратегії розвитку підприємства, яка визначає цілі, методи, етапи переходу до електронного ведення діяльності з упровадженням КІС.

Загальну оцінку ефективності витрат підприємства на ІКТ в дисертації запропоновано визначати за допомогою коефіцієнта вкладень у ІТ, який може бути розрахований як співвідношення витрат на ІТ до загальних витрат підприємства і не повинен перевищувати 0,3. Таке значення обране відповідно до показників ІТ-бюджету провідних підприємств світу, які емпіричним способом з 1988 р. визначали індекс агреговано за шістьма показниками. Підприємства, індекс витрат на ІТ яких менший за 0,3, визнаються ефективними.

****

**





**

**



**



**

******

**

**



******









**









******

******





**

**

Як елемент методичного підходу до процесу управління підприємством при використанні технологій е-бізнесу на підприємстві розроблено авторську модель формування лояльності споживачів із використанням інформаційно-маркетингових технологій. Мета застосування моделі полягає в отриманні актуальної інформації про реальні уподобання цільової групи споживачів конкретного товару і/або здійсненні проактивного впливу на потенційних клієнтів через надання актуальних рекомендацій щодо конкретного товару.

Розроблено проект програми автоматизації договірної роботи підприємства, метою якого є формування, узгодження, підписання і зберігання договорів в електронній формі, що дасть можливість підвищити рівень і якість узгодження договорів, спростити процес, скоротити витрати робочого часу і персоналу й отримати загальний позитивний результат від побудови електронної системи діловодства на підприємстві.

**ВИСНОВКИ**

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове розв’язання наукового завдання щодо вдосконалення управління підприємством в умовах поширення новітніх ІКТ та використання технологій *е*-бізнесу. Проведене дослідження дало змогу зробити такі висновки і пропозиції:

1. Установлено, що управління підприємством в умовах розвитку інформаційного суспільства та поширення новітніх ІКТ перебуває в трансформаційному процесі, пов’язаному з інформатизацією підприємства, створенням глобальних комунікацій, оновленням внутрішніх і зовнішніх інформаційних бізнес-відносин. Використання ІКТ на підприємстві передбачає інтеграцію всіх ланок управління, формування інформаційної інфраструктури, за допомогою якої підприємство отримує вихід на світові електронні ринки, при цьому формується нова інформаційна культура економічних відносин з клієнтами і партнерами.

2. Удосконалено понятійно-категоріальний апарат і дано авторське визначення електронного бізнесу як діяльності юридичних осіб, що базується на використанні ІКТ та мережі Інтернет і спрямована на отримання прибутків. Ведення *е*-бізнесу на підприємствах полягає в можливості підтримувати і забезпечувати сукупність їх бізнес-процесів новітніми ІКТ з метою підвищення ефективності управлінської діяльності підприємства. Визначено етапи розроблення і впровадження системи *е*-бізнесу: підготовчий, становлення, розвитку, комерційний та інтеграції.

3. Поглиблено теоретичні засади управління підприємством на основі використання технологій *е*-бізнесу, упровадження яких прискорюється завдяки сприятливим тенденціям: зростання рівня проникнення мережі Інтернет, поширення новітніх ІКТ, що використовуються підприємствами в управлінській діяльності, та ін. Проведене дослідження засвідчило, що внаслідок впливу зазначених факторів відбувається реінжиніринг робочих процесів і реорганізація інформаційної системи підприємства, її трансформація, основною метою якої є адаптація підприємств до сучасних викликів інформаційного суспільства та розвиток системи *е*-бізнесу.

4. Доведено, що розвиток технологій *е*-бізнесу в управлінні підприємствами фармацевтичної галузі України характеризується впливом стрімких змін зовнішнього середовища, поширенням ІКТ та автоматизованих інформаційних систем у виробництві, які спонукають керівництво підприємств до перегляду стратегічних пріоритетів, модернізації методів й інструментів діяльності, використання корпоративних інформаційних систем, оновлення системи управління підприємством. Перелічені фактори є найбільш значущими у групі внутрішніх передумов розвитку систем *е-*бізнесу на підприємствах галузі.

5. У результаті аналізу підприємств фармацевтичної галузі України за часткою ринку та критерієм витрат на ІКТ виділено три стратегічні групи підприємств, що дає можливість визначити ступінь використання технологій *е*-бізнесу в організації управління підприємством. Визначено, що формування і розвиток новітніх технологій найбільшими темпами здійснюється на підприємствах стратегічної групи 1, яка представлена провідними фармвиробниками – лідерами галузі, частка кожного з яких сягає понад 10 % фармацевтичного ринку.

6. Запропоновано методичний підхід до процесу управління підприємством в умовах використання технологій *е*-бізнесу, який передбачає діагностику елементів *е*-бізнесу, розроблення та впровадження системи е-бізнесу, моніторинг і контроль розвитку системи *е*-бізнесу, та має за мету сприяти зростанню конкурентоспроможності підприємства через проведення системних змін в управлінській діяльності на основі використання новітніх технологій. Доведено, що визначення і реалізація пріоритетних шляхів управління підприємством у сучасних умовах має узгоджуватися зі стратегією його розвитку, функціональними напрямами, принципами і методами організації управління підприємством, які змінюються під впливом поширення новітніх ІКТ.

7. Обґрунтовано доцільність розроблення ефективних стратегій основних напрямів розвитку підприємства при використанні системи *е*-бізнесу, які обумовлять перехід до моделі проактивного управління підприємством, побудованої на передбаченні майбутніх проблем динамічного бізнес-середовища. Використання інструментів електронного ведення діяльності доцільно здійснювати системно та комплексно з урахуванням їх впливу на всі бізнес-процеси підприємства.

8. Визначено, що інтенсивний розвиток технологій *е*-бізнесу потребує відповідної своєчасної трансформації служб і відділів підприємства до *е*-бізнесу. За таких умов зростає інтегрувальна роль управлінської діяльності у формуванні інноваційного шляху розвитку підприємства. Важливим є здійснення комплексу заходів, спрямованих на діагностику й аналіз, обґрунтування і розроблення, оцінювання і запровадження новітніх технологій *е*-бізнесу на всіх ланках ланцюжка створення вартості підприємства. Розвиток інноваційного управління підприємством на базі ІКТ має складатися з різних етапів процесу його інформатизації, формування інформаційної структури, упровадження всіх модулів автоматизації робочих процесів, зокрема *е*-маркетингу, автоматизації договірної роботи підприємства на основі електронного документообігу, торговельної, виробничої, логістичної та інших видів діяльності підприємства, що здійснюються за допомогою глобальної мережі Інтернет.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

*монографія:*

1. Голіонко Н.Г. Інформаційна інфраструктура системи менеджменту знань на підприємстві / Голіонко Н.Г. // Стратегічне управління знаннями підприємства: монографія / Наливайко А.П., Гребешкова О.М., Батенко Л.П. та ін. — К. : КНЕУ, 2014. — С. 316-324. - (0,7 д. а.);

*у наукових фахових виданнях:*

1. Голіонко Н.Г. Методологічні підходи до визначення *е*-бізнесу / Н.Г. Голіонко // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – К. : КНЕУ, 2006. – Вип. 18. – С.101–106 (0,3 д. а.).
2. Голіонко Н.Г. Аналіз фармацевтичної галузі та обґрунтування необхідності входу в електронний бізнес / Н.Г. Голіонко, В.Є. Москалюк // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – К. : КНЕУ, 2006. – Вип. 19. – С. 82–89  (0,4 д. а. – особисто дисертанту належить 0,3 д. а., Визначення внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на розвиток галузі).
3. Голіонко Н.Г. Впровадження інформаційних систем управління: методологічний аспект / Н.Г. Голіонко // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – К. : КНЕУ, 2010. – Вип. 26–27. – – С.178–183  (0,3 д. а).
4. Голіонко Н.Г. Передумови розвитку електронного бізнесу на вітчизняних фармацевтичних підприємствах / Н.Г. Голіонко // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – Вип. 1, т. 2. – С. 57–63 (0,3 д. а.).
5. Голіонко Н.Г. Світові тенденції електронної комерції у фармацевтичній галузі / Н.Г. Голіонко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т міжнар. відносин, 2013. – Вип. 115, ч. 1. – С. 146–151 (0,3 д. а.).
6. Голіонко Н.Г. Особливості формування ланцюжка створення вартості у електронному бізнесу / Н.Г. Голіонко // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – К. : КНЕУ, 2013. – Вип. 32. – С. 232–238 (0,3 д. а.).

*у наукових фахових виданнях України, що входять до міжнародних наукометричних баз:*

1. Голіонко Н.Г. Проблеми і перспективи розвитку *е*-бізнесу на вітчизняних підприємствах / Н.Г. Голіонко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – Вип. 1, т. 2. – С. 335–339 (0,2 д. а.).

*в інших виданнях:*

1. Голіонко Н.Г. Інформаційні технології для підприємства / Н.Г. Голіонко // Актуальні проблеми сучасних наук: теорія і практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – Том ІІ. Економічні науки. – С. 27–29 (0,1 д. а.).
2. Голіонко Н.Г. Електронний бізнес і сучасна економіка / Н.Г. Голіонко // Динаміка наукових досліджень 2005 : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – С. 27–29 (0,1 д. а.).
3. Голіонко Н.Г. Інформатизація діяльності підприємств / Н.Г. Голіонко // Управління стратегічними змінами на підприємстві: концептуальні засади, методологія та практика : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2005. – С. 184–186 (0,1 д. а.).
4. Голіонко Н.Г. Реінжиніринг бізнес-процесів / Н.Г. Голіонко // Економіка підприємства: теорія і практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – К. : КНЕУ, 2006. – С. 68–70 (0,1 д. а.).
5. Голіонко Н.Г. Роль інформації в управлінні підприємством / Н.Г. Голіонко // Європейська наука XXI ст.: стратегія і перспективи розвитку : матеріали І міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ, 2006. – С. 57–59 (0,1 д. а.).
6. Голіонко Н.Г. Інформаційні технології і управління знаннями підприємства / Н.Г. Голіонко // Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – С. 20–23 (0,2 д. а.).
7. Голіонко Н.Г. Трансформація підприємств у середовищі з високим ступенем невизначеності / Н.Г. Голіонко // Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю з дня народж. С.М. Бухала (7–8 лют. 2007 р., м. Київ). – К. : КНЕУ, 2007. – С. 244–247 (0,2 д. а.).
8. Голіонко Н.Г. Електронні технології у фінансовому управлінні підприємством / Н.Г. Голіонко // Управління фінансами малого та середнього бізнесу: підручник / Кістерський Л.Л., І.Д. Якушик, Т.В. Липова, Н.Г. Голіонко. – К. : «МП Леся», 2008. – С. 272–315 (1,8д. а.).
9. Голіонко Н.Г. Еволюція характеристик системи управління економічної організації в сучасних умовах / Н.Г. Голіонко // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. – К. : НАСОА, 2011. – С. 72–76 (0,2 д. а).
10. Голіонко Н.Г. Вплив інформаційних технологій на управління підприємством / Н.Г. Голіонко // Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 209–212 (0,1 д. а.).
11. Голіонко Н.Г. Роль електронної торгівлі в інтеграційних процесах / Н.Г. Голіонко // Участь України в зонах вільної торгівлі: стан, проблеми, перспективи : матеріали Міжнар. наук. конф. (17–18 листоп. 2011 р., м. Київ). – К. : 2011. – С. 69–70 (0,1 д. а.).
12. Голіонко Н.Г. Інформаційні технології як інструмент підвищення якості підготовки майбутніх фахівців / Н.Г. Голіонко // Від викладання дисциплін – до освоєння наук : наук.-метод. конф. КНЕУ (31 січ. 2013 р., м. Київ). – С. 77–78 (0,1 д. а.).
13. Голіонко Н.Г. Умови організаційних трансформацій / Н.Г. Голіонко // Економіка підприємства: теорія та практика : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (12 жовт. 2012 р., м. Київ). – К. : КНЕУ, 2012. – С. 242–244 (0,1 д. а.).
14. Голіонко Н.Г. Бізнес-тренінги – майбутня реальність сучасних студентів / Н.Г. Голіонко // Тренінгові технології в освіті та бізнесі: досвід і перспективи застосування : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (18–21 лют. 2013 р., м. Київ). – К. : КНЕУ, 2013. – С. 47–49 (0,1 д. а.).
15. Голіонко Н.Г. Перспективи електронного постачання для вітчизняних підприємств / Н.Г. Голіонко, Г.Д. Макаренко // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – К. : КНЕУ, 2013. – С. 266–268 (0,1 д. а.).

**АНОТАЦІЯ**

**Голіонко Н.Г. Управління підприємством в умовах використання технологій електронного бізнесу (за матеріалами підприємств фармацевтичної промисловості України).** – **Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, 2014.

Дисертація присвячена розробленню теоретико-методичних і прикладних аспектів забезпечення ефективного управління підприємством в умовах використання технологій електронного бізнесу. У роботі здійснено аналіз понятійно-категоріального апарату та його впорядкування, проведено оцінювання впливу новітніх ІКТ і мережі Інтернет на діяльність підприємства й доведено, що проактивне управління підприємством має бути засноване на клієнтоорієнтованому підході за умови системного використання інформаційних технологій та мережі Інтернет.

Досліджено генезис, еволюцію, моделі, технології *е*-бізнесу та їх вплив на діяльність підприємства. Запропоновано етапізацію його переходу до електронного ведення діяльності. Визначено основні чинники і тенденції розвитку фармацевтичної галузі, діагностовано стан інформатизації фармвиробників. Виявлено залежність між рівнем зрілості ІКТ-інфраструктури підприємств фармацевтичної галузі і можливістю переходу до електронного бізнесу, ідентифіковано стратегічні групи підприємств за ступенем використання ними новітніх інформаційно-комунікаційних технологій.

Обґрунтовано методичний підхід поетапного переходу до управління підприємством при імплементації системи *е*-бізнесу на підприємстві, що дає змогу розв’язати завдання організації та управління впровадженням технологій *е*-бізнесу на етапах «діагностики», «розроблення», «упровадження» й «моніторингу і контролю» системи *е*-бізнесу на підприємстві. Розроблено елементи методичного підходу, модель формування лояльності споживачів з використанням інформаційно-маркетингових технологій, проект програми автоматизації договірної роботи на підприємстві та ін.

**Ключові слова:** управління підприємством, електронний бізнес (*е*-бізнес), інформаційно-комунікаційні технології, корпоративна інформаційна система (КІС), система управління підприємством, управління розвитком *е*-бізнесу, модель формування лояльності споживачів, електронний документообіг.

**АННОТАЦИЯ**

**Голионко Н.Г. Управление предприятием в условиях использования технологий электронного бизнеса (на материалах предприятий фармацевтической промышленности Украины).** – **Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», Киев, 2014.

В диссертации выполнено комплексное задание разработки теоретико-методических и прикладных аспектов обеспечения эффективного управления предприятием в условиях использования современных технологий электронного бизнеса.

Осуществлен анализ понятийно-категориального аппарата исследуемой предметной области и его упорядочение. Проведена оценка влияния современных информационно-коммуникационных технологий и сети Интернет на деятельность предприятия, доказано, что управление предприятием в современных условиях претерпевает изменения в соответствии с развитием электронных методов и принципов деятельности, трансформируются элементы системы управления предприятием, источники его результативности и вектор его развития.

Исследованы генезис, эволюция, модели, технологии электронного бизнеса и их влияние на управленческую деятельность предприятия. Раскрыта сущность и определены основные этапы перехода предприятия к использованию технологий электронного бизнеса. Предложена авторская трактовка понятия «электронный бизнес» как деятельность физических или юридических лиц, основанная на использовании информационно-коммуникационных технологий и сети Интернет, направленная на получение прибыли. Особенностью электронного бизнеса для традиционного предприятия является возможность поддерживать и обеспечивать всю совокупность его внешних деловых отношений и внутренних бизнес-процессов соответствующими информационными технологиями с целью получения более высокой экономической эффективности по сравнению с традиционным бизнесом.

Обоснована последовательность этапов развития электронного бизнеса на предприятии, определены условия и установлены особенности перехода предприятия к электронному ведению деятельности, раскрыта сущность изменений в управлении предприятием в *э*-бизнесе.

Для определения влияния внешних условий хозяйствования на работу фармацевтического предприятия Украины систематизированы и проанализированы основные экзогенные и эндогенные факторы, продиагностировано состояние информатизации фармпроизводителей Украины. Установлена зависимость между уровнем зрелости их ИКТ-инфраструктуры и возможностью перехода к электронному бизнесу, идентифицированы стратегические группы предприятий по степени использования ими новейших ИКТ и информационных систем.

Обоснован методический подход поэтапного перехода к управлению предприятием при имплементации системы *э*-бизнеса, позволяющий решить задачи организации и управления предприятием в условиях использования технологий электронного бизнеса на каждом этапе «диагностики», «разработки», «внедрения», «мониторинга и контроля» системы электронного бизнеса на предприятии.

Для упорядочения деятельности предприятия при переходе к электронному бизнесу разработаны отдельные элементы методического подхода, модель формирования лояльности потребителей с использованием информационно-маркетинговых технологий. Модель предусматривает создание для предприятия надежного источника получения информации о предпочтениях целевой группы потребителей и/или осуществление проактивного влияния на потенциальных покупателей предоставлением рекомендаций относительно конкретного товара.

С целью повышения уровня и качества согласования договоров и времени работы с ними на средних и крупных предприятиях разработан проект программы автоматизации договорной работы предприятия, целью которого является формирование, оперативное согласование, подписание и сохранение договоров в электронной форме, что позволяет упростить процесс и сократить затраты рабочего времени и персонала, получить положительный эффект от построения комплексной электронной системы делопроизводства на предприятии.

**Ключевые слова:** управление предприятием, электронный бизнес (*э*-бизнес) информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), корпоративная информационная система (КИС), система управления предприятием, управление развитием электронного бизнеса, модель формирования лояльности потребителей, электронный документооборот.

**ABSTRACT**

**Golionko N.G. The enterprise management in implementing e-business (based on the materials of the pharmaceutical industry of Ukraine). – Manuscript.**

Dissertation for the degree of candidate of economic sciences, specialty 08.00.04 - Economics and enterprise management (by types of economic activity). - SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman", Kyiv, 2014.

The thesis is devoted to the development of theoretical, methodological and applied aspects of effective enterprise management under conditions of modern information technologies of e-business application.

To achieve this goal the analysis of conceptual and categorical apparatus of the studied subject area and its improvement has been made, evaluated the impact of modern ICT, the Internet and e-commerce activities of the company and it has also been proved that modern enterprise management should be based on a client-oriented approach provided a systematic solution of problems of the management cycle is exercised.

Investigated the origin, evolution, models, e-business technologies and their impact on enterprise activity. A periodization of its transition to electronic maintenance activities is proposed. The basic factors and trends in the pharmaceutical industry development were singled out, pharmaceutical manufacturers informational condition were diagnosticated. The dependence between the level of maturity of their IT infrastructure and their ability to transition to e-business were identified, strategic group of companies according to e-business development were identified.

Methodological approach to the e-business development in the enterprise has been substantiated, which can resolve the problem of organizing and managing the implementation of e-business at every stage of "diagnosis", "design", "implementing", and "strengthen and control" of e-business system in the enterprise. Developed the methodological approach elements, including a customer loyalty model, using information and marketing technologies, design of contractual activity automation at an enterprise, and others.

Keywords: business management, electronic business (e-business), information and communications technologies, enterprise information system (EIS), enterprise management system, management of e-business, model of customer loyalty, contractual work automation.