

Вербіцький А.

аспірант,

Західноукраїнський національний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах прискореного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій цифрова трансформація бізнес-процесів перетворилася на ключовий чинник конкурентоспроможності підприємств. Стрімке поширення штучного інтелекту, хмарних обчислень, Інтернету речей та технологій великих даних суттєво змінює способи організації виробничої, управлінської та комерційної діяльності. Перед вітчизняними підприємствами постає завдання системного переосмислення власних операційних моделей з метою адаптації до нових технологічних реалій.

Актуальність теми зумовлена тим, що цифровізація бізнес-процесів є не лише технологічним, а й організаційно-управлінським завданням, успішне вирішення якого потребує комплексного наукового обґрунтування. Питання техніко-технологічного оновлення підприємств та інноваційного розвитку досліджувалися в роботах вітчизняних вчених, зокрема теоретичні засади оновлення техніко-технологічної бази підприємств обґрунтовано у роботі [2], а проблематику науково-технічної творчості як інструменту підвищення ефективності інноваційної діяльності розкрито у дослідженні [3]. Сутність цифровізації бізнес-процесів підприємства.

Цифровізація бізнес-процесів – це цілеспрямований процес інтеграції цифрових технологій у всі сфери діяльності підприємства, що супроводжується трансформацією операційних моделей, зміною способів взаємодії з клієнтами та партнерами, а також перебудовою внутрішніх комунікаційних систем. На відміну від автоматизації окремих операцій,

цифровізація передбачає системне переосмислення бізнес-логіки з використанням потенціалу сучасних технологій.

Дослідники виокремлюють кілька ключових напрямів цифрової трансформації бізнес-процесів підприємства [4; 5]:

- автоматизація рутинних операцій на основі RPA-технологій (Robotic Process Automation);
- впровадження систем управління даними та аналітичних платформ (Business Intelligence, Big Data);
- перехід на хмарні інфраструктури та SaaS-рішення;
- інтеграція штучного інтелекту у процеси прийняття управлінських рішень;
- побудова цифрових каналів взаємодії з клієнтами (e-commerce, CRM, омніканальність).

Особливого значення у контексті цифровізації набуває брендингова складова підприємства: формування сильного цифрового бренду є невіддільним від технологічної модернізації, оскільки цифрові канали стають основним середовищем взаємодії підприємства зі споживачами [1]. Розвиток брендингу в умовах цифрової економіки потребує переосмислення традиційних інструментів просування та адаптації до нових форматів комунікації.

Практика провідних підприємств свідчить про суттєві переваги, які забезпечує цифровізація бізнес-процесів. Насамперед це скорочення операційних витрат за рахунок автоматизації та оптимізації ресурсів, підвищення швидкості виконання процесів і прийняття рішень, покращення якості обслуговування клієнтів та посилення конкурентних позицій на ринку. Науково-технічна творчість, розглянута як інструмент підвищення ефективності інноваційної діяльності, набуває нових вимірів у цифровому середовищі: цифрові технології створюють принципово нові можливості для генерування та комерціалізації інновацій [3].

Водночас цифрова трансформація пов'язана з низкою системних ризиків. Серед них значні первинні інвестиції в технологічну інфраструктуру, опір персоналу організаційним змінам, ризики кібербезпеки та захисту даних, а також залежність від постачальників технологічних рішень. Особливо гострою є проблема цифрової нерівності між великими корпораціями та малим бізнесом, яким складніше освоїти дорогі платформні рішення [5; 6].

Оновлення техніко-технологічної бази підприємств, на чому наголошують Колесніков А.П. та Петрик С.І. [2], є об'єктивною передумовою успішної цифровізації. Без відповідної матеріальної основи впровадження навіть найсучасніших програмних рішень не дає очікуваного ефекту. Це свідчить про необхідність комплексного підходу до цифрової трансформації, що органічно поєднує оновлення апаратної та програмної складових.

Успішне впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси підприємства потребує послідовної реалізації кількох ключових етапів. На першому етапі здійснюється діагностика поточного стану цифрової зрілості підприємства та визначення пріоритетних напрямів трансформації. Другий етап передбачає розробку стратегії цифровізації, яка має бути інтегрована у загальну стратегію підприємства. Третій етап – безпосередня реалізація проектів цифрової трансформації з контролем ключових показників ефективності [4].

Вітчизняний досвід засвідчує, що найбільш затребуваними напрямками цифровізації для українських підприємств є: ERP-системи для управління ресурсами, електронний документообіг, системи управління ланцюгами постачання (SCM), платформи для e-commerce та CRM-системи управління відносинами з клієнтами. Показово, що підприємства, які першими впроваджують нові технологічні рішення, отримують суттєві конкурентні переваги [6].

Проведений аналіз засвідчує, що цифровізація бізнес-процесів є стратегічним пріоритетом для сучасних підприємств, а не лише технічним завданням. Ефективне впровадження цифрових технологій потребує системного підходу, що охоплює організаційні, технологічні та культурні виміри трансформації. При цьому успіх цифрової трансформації визначається не стільки складністю використовуваних технологій, скільки здатністю підприємства адаптувати їх до власних бізнес-потреб та стратегічних цілей.

Список використаних джерел

1. Колесніков А.П., Шульгат Н.І. Основні засади, механізми та можливості розвитку брендингу в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 2. С. 37–40.
2. Колесніков А.П., Петрик С.І. Об'єктивні передумови та напрямки оновлення техніко-технологічної бази підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 1. С. 150–153.
3. Харів П.С., Колесніков А.П. Науково-технічна творчість як інструмент підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 5. С. 91–96.
4. Вернер І.Є., Гусєва О.Ю. Цифрова трансформація підприємств: сутність та концептуальні засади. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 42–47.
5. Діденко Є.О., Дорошкевич Д.В. Цифровізація як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8421>.
6. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047>.