

УДК 338.439

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

В. В. Синков

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня, група ПТБДм-51,
навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Науковий керівник – д.е.н., професор Н. Е. Ковшун

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

Узагальнені різні підходи науковців у тлумаченні сутності бізнес-процесів. Описані складові бізнес-процесів підприємства. Наведена сутнісна характеристика інновацій та їх роль у забезпеченні передумов досягнення успішної позиції підприємства на конкурентному ринку. Розкритий вплив інновацій у бізнес-процесах на показники ефективності діяльності суб'єкта підприємництва.

Ключові слова: бізнес-процеси, ланцюг цінностей, інновації, успішність інновацій, ефективність.

Different approaches of scientists in interpreting the essence of business processes are generalized. The components of business processes of the enterprise are described. The essential characteristics of innovations and their role in providing the prerequisites for achieving a successful position of the enterprise in a competitive market are given. The influence of innovations in business processes on the performance indicators of the business entity is revealed.

Keywords: business processes, value chain, innovation, innovation success, efficiency.

Економічне середовище суб'єкта підприємництва постійно змінюється під дією як очікуваних, так і непередбачуваних факторів. За останній період бізнес, отримавши нові виклики, пов'язані спочатку із запровадженням карантинних обмежень, а зараз із воєнним станом, намагається не втратити своєї ринкової вартості, конкурентоспроможності і бути прибутковим. Нові умови змушують суб'єкти підприємництва максимально швидко реагувати на ринкові трансформації і вносити корективи у свою діяльність. Саме тому особливої актуальності набувають питання дослідження бізнес-процесів суб'єкта підприємництва з точки зору впровадження інновацій для забезпечення ефективного господарювання.

Ідеї структурування підприємства з точки зору процесів, що в ньому відбуваються, знайшли відображення в роботах А. Файоля, Б. Андерсена, А. Шесра, М. Портера, М. Хаммера і Д. Чампі, О. В. Виноградової та інших. Проблеми інноваційного розвитку підприємств досліджували такі науковці: С. М. Ілляшенко, М. П. Денисенко, А. В. Баришева, О. І. Волков, О. Є. Кузьмін, О. О. Лапко, В. Н. Краснокутська, С. Ф. Покропивний, Р. А. Фатхутдинов, С. Д. Ільєнкова, І. Г. Ткачук, І. І. Цигилик, Ю. В. Яковець, Н. І. Чухрай, А. А. Тріфілова та інші. Дослідженням показників підвищення економічної ефективності діяльності підприємства займалися Л. С. Захаркіна, О. І. Яценко, І. А. Маркіна, В. В. Прядко, І. М. Петрович, Г. В. Савицька, А. А. Шершньов, А. Г. Темченко та інші.

Наукові розробки названих авторів становлять теоретичне підґрунтя для подальших розвідок в площині прикладного дослідження впливу інновацій на економіку та фінансову успішність суб'єкта підприємництва.

Мета статті – розкрити вплив інноваційності бізнес-процесів на ефективність діяльності підприємства, використовуючи систему економічних показників.

Багаточисельними дослідженнями абсолютно доведений взаємозв'язок між прогресом науки і техніки та рівнем розвитку економіки. Це знайшло відображення в тлумаченні терміну інновації як нововведення, раціоналізаторської пропозиції, тобто зміни технології, організації виробництва або самого продукту, що здійснюється з метою досягнення вищої ефективності або створення нової цінності. Наслідками інновацій може бути виникнення нових потреб, зниження витрат виробництва, зростання прибутку, поліпшення іміджу виробника, приплив інвестицій, відкриття і захоплення нових ринків [1, С. 59]. Інноваційність на рівні підприємства полягає у розробленні або впровадженні технологічних, продуктових, інформаційних чи управлінських рішень на засадах процесного підходу. Це дозволяє ідентифікувати діяльність підприємства як сукупність бізнес-процесів.

Поняття «бізнес-процес» є багатозначним, і на сучасному етапі не існує універсального його визначення. Більшість існуючих підходів в трактуванні бізнес-процесів як економічної категорії тісно пов'язані з тлумаченням визначення, що надали автори теорії реінжинірингу М. Хаммер та Дж. Чампі, які визначають бізнес-процес як «організований комплекс дій, в яких на основі одного чи більше видів вихідних даних створюється цінний для клієнта результат» [2, С. 98].

М. Портер та В. Міллар вважали, що бізнес-процес – це сутність, яка визначається через точки входу і виходу, інтерфейси та організаційні пристрої, що включають пристрої споживання послуг /товарів, в якій відбувається приріст вартості виробленого товару/ послуги [3].

Серед значної кількості визначень бізнес-процесу спільною рисою є використання в його трактуванні процесного підходу, який розглядає підприємство як систему, що складається із сукупності бізнес-процесів, які послідовно протікають для досягнення конкретно поставлених цілей та результатів. Так, Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. дають таке визначення: бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в межах якої на вході використовується один або декілька ресурсів, а в результаті цієї діяльності на виході створюється продукт, що має цінність для споживача [4, С. 5]. За іншою версією, бізнес-процес – систематизоване послідовне виконання логічно пов'язаних та взаємозалежних завдань (заданих в часі та просторі, з точним визначенням входів та виходів) з використанням ресурсів, що забезпечують виробничу діяльність, з метою створення продукції, яка має споживчі цінності для клієнта [5, С. 143]. Виноградова В. О. визначає бізнес-процес як потік роботи, що має свої межі і відкривається первинними постачальниками процесу, тобто входами процесу, якими можуть виступати матеріально-технічні, енергетичні, людські та інформаційні ресурси. Закінчується процес виходом – одержанням результату первинними клієнтами [6, С. 47].

Практично, всі наведені визначення бізнес-процесу опираються на запропоновану М. Портером концепцію «ланцюга цінностей» або «ланцюга створення вартості». «Ланцюг вартості» відображає процес створення вартості на підприємстві і складається з різних елементів основних і допоміжних (підтримуючих) процесів. Відповідно усі види діяльності підприємства поділяються на основні та допоміжні. Разом із тим, ланцюг вартості «поділяє роботу підприємства на стратегічно важливі види діяльності для вивчення витрат та наявних і можливих засобів диференціації продукції, що виробляється, які безпосередньо впливають на стратегію формування конкурентних переваг підприємства» [7].

За результативністю бізнес-процеси, відповідно до стандарту ISO 9001:2008 «Система управління якістю. Вимоги» [8], передбачено розділяти на три основні блоки:

1) процеси розвитку, управління та моніторингу (до них відносяться стратегічне управління, операційне управління та управління комунікаціями, які є обов'язковими і

необхідними в процесі побудови системи управління якістю; включають кадрове, фінансово-облікове забезпечення діяльності підприємства тощо);

2) процеси здійснення основної комерційно-виробничої діяльності (до них належать постачання, виробництво, збут продукції, маркетингова діяльність; будуть специфічними для кожного окремого підприємства; їх особливості обумовлені переважно видом діяльності підприємства та специфікою ринків збуту);

3) забезпечуючі процеси (є унікальними для кожної окремого підприємства; здійснюють підтримку інфраструктури та основних процесів; їх особливості обумовлені видом діяльності підприємства, його розмірами та бізнес-моделлю; крім того, є такі типові бізнес-процеси: управління персоналом, документообігом, інформаційною інфраструктурою, безпекою, робочим середовищем та ін.).

У межах ланцюга створення цінності Р. Каплан і Д. Нортон пропонують виділяти три основні типи внутрішніх процесів, які збільшують цінність для клієнтів і знижують витрати з метою покращення фінансових результатів діяльності [9], а саме: інноваційні процеси, операційні процеси, процеси післяпродажного обслуговування.

За допомогою інноваційних процесів визначаються потреби замовників (споживачів), а потім створюються продукти і послуги, які відповідають цим вимогам. Для визначення ступеня успішності інновацій пропонується скористатися такими показниками: відсоток реалізації нових продуктів у загальному обсязі реалізації; кількість упроваджень нових продуктів у порівнянні з конкурентами, а також упроваджень нових продуктів у порівнянні з плановими показниками; час розробки наступного покоління продукції; кількість ключових виробів, за якими компанія є першою чи другою на ринку та інші [9].

Операційні процеси починаються з отримання замовлення покупця і закінчуються доставкою продукції чи послуги споживачу. Призначення цих процесів – забезпечити ефективну, постійну і своєчасну доставку продуктів і послуг споживачам.

Процеси післяпродажного обслуговування включають види діяльності з гарантійного обслуговування і ремонту, поводження з браком і поверненнями, а також управління платежами споживачів. Р. Каплан і Д. Нортон припускають, що компанії, які намагаються задовольнити очікування своїх цільових споживачів з точки зору післяпродажного обслуговування, можуть вимірювати показники власної діяльності, використовуючи показники часу, якості і витрат.

Фактично, внутрішні бізнес-процеси відповідають за два компоненти: по-перше, за розробку і надання споживачам бізнес-пропозиції цінності, що дозволяє зберегти клієнтську базу в цільовому сегменті ринку; по-друге, за вдосконалення бізнес-процесів з метою підвищення прибутковості підприємства. Згідно з таким підходом, основними бізнес-процесами є інноваційні процеси та процеси управління виробництвом. Інноваційні процеси припускають розробку і просування нових продуктів і послуг, що сприяє завоюванню нових сегментів споживчого ринку. Процес управління виробництвом – основний процес, за допомогою якого здійснюється виробництво і постачання товарів і послуг клієнтам.

Інноваційний процес можна представити як довгострокову послідовність дій із створення вартості, що включає в себе такі підпроцеси: визначення ринку (визначення та вивчення ринків, нових споживачів, їх справжні і приховані потреби); створення пропозиції товару (розробка та розвиток нових товарів і послуг); теоретичні та прикладні дослідження (відсоток продажів нового товару від загального обсягу реалізації; введення нового товару на противагу конкурентному або плановому продукту; можливості виробничого процесу; тривалість розробки товару нового покоління); досвідчена розробка продукту та інше.

Бізнес-процеси, на відміну від просто процесів, набувають яскраво вираженого економічного змісту. Економіка суб'єкта підприємництва характеризує співвідношення між ресурсами на вході (витратами) і ресурсами на виході (результатами), а її головною метою є забезпечення оптимальності такого співвідношення. Ефективність – це категорія, яка

характеризує продуктивність будь-яких витрат, комплексно відображає кінцеві результати використання ресурсів підприємства, фактично показує результативність господарювання. Ефективна господарська діяльність підприємства, з одного боку, дозволяє йому максимізувати свої прибутки, а з іншого – сприяє насиченню ринку необхідними товарами і послугами, що стимулює раціональну структуру впровадження і розвиток науково-технічного прогресу, і як наслідок – більш повне задоволення потреб споживачів. Загалом, інноваційність діяльності підприємства дозволяє йому розширити асортимент виробленої продукції (послуг); отримати можливість максимізації ціни, за якою реалізується продукція; знизити витрати на виготовлення і реалізацію одиниці продукції; збільшити обсяги реалізації продукції [1, С. 61].

Для оцінювання ефективності бізнес-процесів суб'єкта підприємництва виокремлюють два напрями формування системи показників: перший – це поділ показників на якісні (суб'єктивні оцінки експертів і керівників) і кількісні (співвідношення планових і фактичних; у порівнянні з еталонними), а саме: технічні, вартісні, витрати ресурсів і часу; другий – це виокремлення показників, що характеризують бізнес-процес в цілому, та тих, за якими оцінюються окремі складові – продукт, ресурси, клієнт тощо [10, С. 289–290].

Глобальне опитування керівників компаній у 2017 році показало: половина компаній вважає, що інноваційні зусилля суттєво впливають на збільшення їх доходів завдяки росту продажів. Кожна п'ята компанія-лідер з впровадження інновацій чекає збільшення прибутку на 15% у наступні п'ять років. Впровадження інновацій для бізнесу сприяє такому: збільшенню чистого прибутку; збільшенню повернення на інвестиції (ROI); підвищенню доходу на акцію (EPS); зниженню собівартості в портфелі продуктів або послуг; розширенню можливостей утримання замовників; забезпеченню припливу інвестицій; поліпшенню іміджу виробника нових продуктів або послуг; відкриттю або захопленню нових внутрішніх та зовнішніх ринків. Тобто своєчасне впровадження інновацій забезпечує підприємству утримання наявних і завоювання нових переваг в умовах конкуренції [1, С. 61].

Таким чином, складові бізнес-процесів є ключовими факторами фінансового або конкурентного успіху підприємства. Фактично, інноваційність бізнес-процесів відповідає за два компоненти: по-перше, за розробку і надання споживачам бізнес-пропозиції цінності, що дозволяє зберегти клієнтську базу в цільовому сегменті ринку; по-друге, за вдосконалення бізнес-процесів з метою підвищення прибутковості підприємства. Завдання підприємства полягає у регулярному аналізі витрат і вартості, яка створюється у кожній ланці ланцюга, та показників результативності й ефективності загальної діяльності підприємства порівняно з конкурентами. Важливу роль тут відіграє вибір варіанта технології виробництва, оскільки він визначає величину витрат матеріальних ресурсів, склад та характеристику сировини, що використовується, необхідне технологічне обладнання, склад і кваліфікацію працівників і, в кінцевому рахунку, позначається на собівартості продукції, її ціні та якості.

1. Колодяжна І. В. Розвиток інноваційної діяльності підприємства в умовах конкуренції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 18. Ч. 2. С. 58–62.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реінжиниринг корпорації: Манифест революції в бізнесі. 2-е изд. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2007. 288 с.
3. Моїсеєнко Т. Є. Побудова процесно-орієнтованої системи управління підприємством, як елементу стратегії сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4533> (дата звернення: 13.05.2022).
4. Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
5. Горланчук В. В., Яненкова І. Г. Економіка підприємства : навч. посіб. Миколаїв : Вид-во ЧДУ імені П. Могили, 2010. 344 с.
6. Виноградова О. В. Реінжиниринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті : монографія. Д. : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. 195 с.
7. Porter M. E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press. New York, 1985.
8. ISO 9001:2008. Система управління якістю. Вимоги. URL: http://www.plitka.kharkov.ua/certs/433_iso9001.pdf (дата звернення: 13.05.2022).
9. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансованная система показателей. От стратегии к действию : 2-е изд. / пер. с англ. М. Павловой. М. : «Олимп-Бизнес», 2014. 314 с.
10. Костіна О. М. Діагностика та управління бізнес-процесами у контексті антикризового управління підприємством. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 287–297.