

**Євстаф'єв Сергій Миколайович**

*аспірант,*

*Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-441-5-38>

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним з головних напрямків діяльності підприємства є його інноваційна діяльність спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень для удосконалення технологій виробництва, надання послуг. Впроваджуючи інновації компанії збільшують прибутки та підвищують власну конкурентоспроможність. Сьогодні такими інноваціями є впровадження цифрових технологій в управління бізнес-процесами.

Здобувши достатньо широкого розповсюдження розроблені у 80-х роках минулого століття цифрові технології швидко розійшлися по всьому світу закладаючи підґрунтя для майбутньої цифровізації, тому вже сьогодні цифрові технології використовуються повсюдно. Покликані в першу чергу спростити виконання певних задач, оптимізувати та/або автоматизувати процеси їх виконання, цифрові технології врешті решт стали невід'ємною частиною людського суспільства. Однак, наявні й супутні ризики таких інновацій. Так, іноді заходи з впровадження цифрових технологій у діяльність компанії можуть зробити компанію більш вразливою для злочинних намірів рейдерів або ж хакерів.

Останні кризові роки наочно показали наскільки цифровізація життєво необхідна, вона є майбутнім для суспільства та бізнесу. При чому саме бізнес є головним ініціатором вищезазначених нововведень, оскільки інновації завжди відкривають нові ринки та можливості для бізнесу. Не залишається осторонь від процесів цифровізації й держава, так, чимало державних послуг були переведені в цифровий простір задля забезпечення їх більшої

доступності для громадян та бізнесу особливо в часи всесвітньої пандемії COVID-19 та умовах правового режиму воєнного стану в Україні.

Сьогодні українські та зарубіжні компанії мають достатньо великий досвід з впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси з метою збільшення прибутків та конкурентоспроможності.

За твердженням науковця Ходаківського О.М. під бізнес-процесом слід розуміти елемент цільової організаційної діяльності орієнтований на отримання підприємством корисного результату [1, с. 61]. Загалом під бізнес-процесами можна розуміти будь-яку діяльність усередині компанії.

Компанії активно впроваджують цифрові технології у свою діяльність, розробляють цифрові платформи та цифрові додатки для просування власних послуг онлайн, покращення комунікацій та навчання персоналу, тощо.

Наприклад для покращення комунікацій та підвищення рівня обслуговування клієнтів підприємства у свою діяльність залучають CRM-системи (англ. Customer relationship management), тобто системи управління відносинами з клієнтами. За визначенням Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM – це складний бізнес-процес, набір додатків, що включає процес збору інформації і до прийняття рішень на його основі. Дана система дозволяє проводити автоматизацію відповідних бізнес-процесів в маркетингу, продажах і обслуговуванні клієнтів [2, с. 52].

Для більш ефективного управління та комунікацій з персоналом компанії створюють внутрішні корпоративні портали для забезпечення спілкування та обміну інформацією між співробітниками та внутрішніми відділами компанії та системи електронного навчання (англ. Learning management system) (LMS) для підвищення кваліфікації персоналу. Також, впроваджуються різні електронні системи відстеження робочого часу працівників. Наприклад, RFID-карти та біометричні системи, що використовуються для точного фіксування робочого часу та визначення присутності на роботі. Впроваджуються системи

електронних кадрів (HRIS): цифрові бази даних для зберігання та управління інформацією про персонал, включаючи дані про навчання та досвід роботи [3, с. 94].

Однак, окрім позитивних аспектів впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси підприємств існують певні ризики пов'язані з такими інноваціями.

Зокрема, застосування електронної комерції та CRM-систем має наслідком збирання конфіденційних даних про клієнтів компанії, що вимагає від компаній обов'язкового впровадження власних політик конфіденційності та забезпечення належно захисту цифрових систем від несанкціонованого доступу до персональних даних з метою захисту конфіденційності власних клієнтів.

Разом з цифровими технологіями з'явилися й нові проблеми для бізнесу. Витоки даних, порушення конфіденційної інформації, кібертероризм та кібершпіднаж, застаріле програмне забезпечення – ключові бізнес-ризиків для компаній, що впроваджують цифрові технології у свої бізнес-процеси.

Звичайно, вищезгадані ризиків можуть бути контрольовані. Для їх запобігання компанії повинні витратити додаткові кошти для залучення відповідних спеціалістів та навчання персоналу. Сьогодні для українських та зарубіжних компаній не є рідкістю запровадження у штаті посади спеціаліста із захисту персональних даних (англ. Data Protection Officer, скор. DPO) та створення відділів з кібербезпеки.

Отже, впровадження цифрових технологій в управління бізнес-процесами безумовно є ефективним та сприяє збільшенню прибутків та конкурентоспроможності бізнесу шляхом вдосконалення комунікацій з персоналом та клієнтами, підвищення рівня обслуговування клієнтів, спрощуючи кадровий облік та навчання персоналу. Разом з тим існує чимало ризиків пов'язаних з їх впровадженням. Витоки даних, порушення конфіденційної інформації, кібератаки та кібершпіднаж являють собою нові загрози для безпеки бізнесу та вимагають від компаній додаткових витрат для запобігання виникнення таких загроз.

## Література:

1. Гавриш О.М., Пильнова В.П., Пісковець О.В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109–113. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.12.109>
2. Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2017. № 4. С. 51–56.
3. Хаврова К.С. Вплив цифровізації на процес управління персоналом. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2023. № 4(43). С. 92–96.