

Козяр В. Б.

Науковий керівник: Томчук О. В., д.е.н., професор
ДонНУ ім. В. Стуса

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Сучасні бізнес-процеси – це складний набір завдань, процедур і операцій, усі складові елементи яких докорінно оновлюються або підлягають модернізації під впливом динамічних змін зовнішнього середовища. У той же час важливими каталізаторами таких трансформацій в сучасних умовах є цифрові технології та інструменти, які можуть значно покращити й оптимізувати системи підприємств. Трансформація ринкового середовища, розвиток електронних та інтернет технологій «привели до того, що сучасна світова економіка вступила в новий період свого розвитку, пов'язаний з широким впровадженням технологій електронного бізнесу» [1]. Однією з ключових відмінностей сучасного етапу розвитку економічних систем є поширення застосування діджитал-засобів, які характеризується трансформацією, впровадженням цифрових технологій для оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, покращення комунікаційних зав'язків зі споживачами та підвищення ефективності економічної діяльності. Отже, актуальним напрямком наукових досліджень є визначення ролі та ефекту діджиталізації в процесі реінжинірингу бізнес-процесів в електронній комерції.

Вік електронної комерції добігає 30 років, з початку використання комп'ютерної системи Рейтерс в здійсненні торгів на фондових біржах. При цьому, продаж товарів в мережі Інтернет стартувала тільки в 1995 р. В сфері торгівлі найбільш використовуваними є такі види електронної комерції як електронна торгівля та електронний маркетинг, які набули тенденцій бурхливого розвитку в останні декілька років. Ключовим фактором стрімкого розвитку електронної торгівлі стала пандемія COVID-19. Наслідком карантинних обмежень, впроваджених в якості заходів боротьби з розповсюдженням коронавірусної хвороби, стало не тільки різке збільшення інтернет-торгівлі, а й активізація цифрової економіки в цілому.

В світовій економічній системі відбулось різке збільшення обсягів електронної комерції. «Під час запровадження в світі карантину 2020 року електронна комерція надзвичайно швидко і глибоко увійшла у сфери торгівлі продуктами харчування, медикаментами та іншими товарами щоденного вжитку. За даними аналітиків GlobalData, узятий під час карантину темп зростання обсягів електронної комерції та безконтактних платежів не зменшиться і після звершення пандемії» [2]. Експертами прогнозується, що «вплив COVID-19 стане довгостроковим стимулом для розвитку електронної комерції» [3]. Фахівці вважають, що «нові покупці продовжать купувати товари онлайн, оскільки це зручно, швидко і безпечно, а індустрія електронної комерції стане найбільшим бенефіціаром пандемії COVID-19» [3]. Україна в 2020 році посіла 67 місце у світі за обсягами ринку електронної комерції, продемонструвавши стрімке зростання саме під час пандемії.

Ключову роль у вдосконаленні бізнес-процесів на підприємствах має діджиталізація – «визнаний механізм економічного зростання завдяки здатності цифрових технологій позитивно впливати на організаційне, методичне та інформаційне забезпечення функціонування суб'єктів господарської діяльності» [4, с. 56].

Цифрова трансформація змінила спосіб ведення бізнесу в Україні. Інтернет-магазини стали популярними в усьому світі завдяки технологічному прогресу та бажанню користувачів зробити своє життя зручнішим.

Діджиталізація, за словами Ж.-П. де Клерка, полягає у використанні цифрових ресурсів і даних для отримання прибутку, покращення діяльності бізнесу, трансформації внутрішніх

процесів підприємств і створення зручного середовища для функціонування підприємства [5]. Процес діджиталізації характеризується трансформацією, впровадженням цифрових технологій з метою оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, покращення комунікаційних зв'язків із споживачами та підвищення ефективності господарської діяльності.

Діджиталізація являє собою докорінні перетворення, що знаходять вираження в глибокому проникненні цифрових технологій у бізнес-процеси, їх оптимізації, підвищенні продуктивності та поліпшенні комунікаційної взаємодії зі споживачами. Ключова ознака подібних трансформацій – значні покращення в ефективності функціонування бізнес-процесів, скорочення грошових і часових витрат на їх підтримку, проте без необхідних знань та ресурсів такі зміни можуть бути неможливими.

Ринок інтернет-комерції доволі перспективний як з точки зору розвитку комерційної діяльності так і з точки зору підвищення її ефективності. Однак, це надзвичайно складне середовище для підприємців та підприємств, особливо тих, які довгий час працюють в традиційному сегменті. Швидкий розвиток інформаційних технологій, засобів інтернет-зв'язку та вдосконалення бізнес процесів формують нове бізнес-середовище, в якому руйнуються просторово-часові кордони між суб'єктами бізнесу, які вимушені акцентувати увагу на інноваційних процесах, пристосовуватись до швидких змін, виявляти нові можливості та ідеї для розвитку власної комерційної діяльності.

Як економічна категорія термін «реінжиніринг» вперше було застосовано в 90-х роках минулого сторіччя М. Хаммером, який в ньому вбачав суттєве переосмислення та кардинальні зміни у формуванні існуючих бізнес-процесів з метою підвищення їх якості та ефективності. З того часу достатня кількість українських та закордонних вчених присвятили свої наукові праці дослідженню різних аспектів реінжинірингу бізнес-процесів. В сучасній інтерпретації реінжинірингом бізнес-процесів вважають «сукупність методів і засобів, призначених для кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу та перепроєктування існуючих бізнес процесів, які застосовуються за необхідності радикальних змін, що передбачає створення цілком нових, ефективніших бізнес процесів на підприємстві без урахування їх старої організації» [6, с. 141].

Зазвичай розглядаючи термін «реінжиніринг» вчені акцентують увагу на категорії «бізнес-процеси», яка в загальному розумінні відображає різні види діяльності в процесі яких є «вхід» певних ресурсів і «вихід», на якому створено кінцевий продукт, що є результатом діяльності та має певну цінність для споживача. Отже, будь який бізнес-процес має мету, напрямки, вхідні ресурси та умови, результат, який повинен відповідати початковій меті.

Бізнес-процесом торговельного підприємства є «сукупність послідовних аналітичних і торгово-технологічних взаємопов'язаних операцій, які використовують на вході планування ресурсів, організацію дій для вирішення завдань, а на виході застосовують принципи контролінгу в процесі створення продукції або послуги, яка становить цінність для споживачів» [7, с. 545].

Таким чином, трансформацію функціонування підприємства на основі впровадження реінжинірингу здійснюють на основі нових поглядів на вдосконалення бізнес-процесів.

Реінжиніринг бізнес-процесів на підприємствах інтернет торгівлі впроваджують з метою:

- 1) вдосконалення організаційно-економічної системи підприємства як підґрунтя підвищення ефективності комерційної діяльності та функціонування підприємства;
- 2) покращення результатів реалізації стратегії підприємства на основі вдосконалення роботи його функціональних підрозділів;
- 3) кардинальної зміни підприємства на основі вдосконалення бізнес-процесів та підвищення їх ефективності;

- 4) підвищення інноваційного рівня бізнес-процесів та підприємства в цілому;
- 5) впровадження в комерційну та господарську діяльність інноваційних технологій, продуктів та інструментів;
- б) підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Досліджуючи впровадження реінжинірингу в бізнес-процеси електронної торгівлі необхідно визначитись у яких напрямках їх здійснювати. Одним із найбільш важливих напрямків реінжинірингу в електронній торгівлі є комунікаційна система, яка направлена на встановлення взаємодії підприємства з персоналом, покупцями, потенційними споживачами, партнерами та іншими стейкхолдерами.

Наразі існує велика кількість засобів та інструментів діджиталізації бізнес-процесів на підприємствах, що спеціалізуються на інтернет-торгівлі, які можливо реалізовувати в рамках реінжинірингу. Основними з них є такі: формування комунікаційних систем взаємодії зі споживачами та іншими зацікавленими суб'єктами формального та неформального характеру на основі застосування сучасних менеджерів та чат-ботів в соціальних мережах (Viber, Telegram, Instagram, TikTok, інш.); вдосконалення існуючої на підприємстві комунікаційної системи на основі використання діджитал-технологій; побудова системи оповіщення та ознайомлення споживачів та інших стейкхолдерів із діджитал-продуктами та інструментарієм, який застосовує підприємство; запровадження фінансових діджитал-інструментів, застосовуваних для проведення платежів та розрахунків; розробка та запровадження навчальних програм для співробітників та клієнтів підприємства з використанням засобів цифрових технологій, в тому числі на основі інтернет-платформ Zoom, Microsoft Teams, Skype, що особливо актуально в умовах дистанційної роботи під час пандемії COVID-19 та воєнного стану в Україні.

Останні роки бурхливого розвитку набула електронна комерція та інтернет-торгівля, що пов'язують з одного боку з карантинними обмеженнями під час пандемії коронавірусної хвороби, з іншого – із діджиталізацією більшості сфер життя. Трансформаційні зміни в економічних системах потребують кардинальних змін на підприємствах електронної комерції, які доцільно проводити на основі методів реінжинірингу із застосуванням сучасних діджитал-інструментів та засобів.

1. Березовська Л. О., Кириченко А. В. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. *Економіка і суспільство*. 2022. Випуск 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1614>

2. У світі зафіксоване безпрецедентне зростання обсягів електронної комерції та безконтактних платежів Logist.FM. 2020. URL: <https://logist.fm/news/u-sviti-zafiksovanebezprecedentne-zrostannya-obsyagiv-elektronnoyi-komerciyi-ta-bezkontaktnih>

3. Бергер А. Д., Галета А. С. Світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням кризових умов пандемії COVID-19. *Економіка і суспільство*. 2021. Вип. 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/348/333>

4. Пчелинська Г. В., Васильєва Т. С. Digital-трансформація бізнесу в умовах пандемії. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2021. № 6 (270). С. 55–59. URL: nals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/24/20

5. De Clerck J.-P. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digitaltransformation-disruption/>.

6. Момот О. Реінжиніринг – один з шляхів по виходу українських підприємств із світової кризи. Збірник наукових праць "Високі технології в машинобудуванні". 2010. Вип. 1 (20). С. 140–149.

7. Ольшанський О. В. Розроблення структури та класифікації бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 544–547.

8. Полінкевич О. М. Механізми адаптації бізнес-процесів промислових підприємств до нової економіки : монографія. Луцьк : РВВ Луцьк. нац. техн. ун-ту, 2014. 448 с.