

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ЛАНЦЮГУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ¹⁶

SYSTEMATIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN THE INNOVATIONS COMMERCIALIZATION CHAIN

Анотація. У роботі виокремлено та описано основні бізнес-процеси у ланцюгу комерціалізації інновацій (вивчення ринку і споживачів, розроблення продукції чи послуг, пробний маркетинг, НДДКР, планування, виробництво, маркетинг та управління комунікаціями, управління людськими ресурсами). Проведено систематизацію бізнес-процесів в розрізі класифікаційних ознак: за формуванням результату, за характером продукту, за причетністю до підприємства, залежно від напрямку діяльності, за ступенем впливу на успіх організації, за ступенем зв'язаності окремих частин, за часом, за сутністю, за основними складовими збалансованої системи показників.

Abstract. It was selected and describes the main business processes in the innovation commercialization chain (market and consumer research, product or service development, trial marketing, R&D, planning, production, marketing, communications management, and human resources management). It was carried out the business processes systematization by classification features: the result formation, the product nature, the enterprise involvement, the activity direction, the influence level on the organization, the connection degree of individual parts, time, the essence, the main components of a balanced indicators system.

Ключові слова: комерціалізація інновацій, ланцюг комерціалізації інновацій, бізнес-процеси, маркетинг, виробниче підприємство.

Key words: innovations commercialization, innovations commercialization chain, business processes, marketing, production enterprise.

В останні роки в інноваційній діяльності України спостерігається ряд проблем: падіння попиту на інновації під час війни в галузях, не пов'язаних з ОПК, слабка координація та консолідація учасників ринку в окремих секторах промислового хайтеку, ігнорування урядом кращих практик ЄС в розвитку зелених та цифрових інновацій, слабка інтеграція в інноваційний процес ЄС тощо [1].

Бізнес-процеси у ланцюгу комерціалізації інновацій є основою діяльності будь-якого підприємства. Успішне функціонування в мінливому середовищі ринку та забезпечення його ефективної діяльності залежить від рівня управління усіма його бізнес-процесами. Актуальність роботи пов'язана з тим, що потрібно постійно удосконалюватися та впроваджувати інновації для досягнення успішності на ринку.

Метою роботи є класифікація та систематизація бізнес-процесів у ланцюгу комерціалізації інновацій.

У ланцюгу комерціалізації інновацій розрізняють наступні бізнес-процеси [2–4]: вивчення ринку і споживачів, розроблення продукції чи послуг, пробний маркетинг, НДДКР, планування, виробництво, маркетинг та управління комунікаціями, управління людськими ресурсами.

В таблиці 1 представлено основні бізнес-процеси у ланцюгу комерціалізації в розрізі класифікаційних ознак [5–6]: за формуванням результату, за характером продукту, за

¹⁶ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Когнітивна модель комерціалізації інновацій в умовах Індустрії 4.0: захист інтелектуального капіталу, маркетинг та комунікації» (№ ДР 0122U000780).

причетністю до підприємства, залежно від напряму діяльності, за ступенем впливу на успіх організації, за ступенем зв'язаності окремих частин, за часом, за сутністю, за основними складовими збалансованої системи показників.

Таблиця 1. - Бізнес-процеси у ланцюгу комерціалізації інновацій [5–6]

Класифікаційна ознака	Види бізнес-процесів	Вивчення ринку і споживачів	Розробка продукції / послуг	Пробний маркетинг	НДДКР	Планування	Виробництво	Маркетинг та управління комунікаціями	Управління людськими ресурсами
За ознакою формування результату:	основні допоміжні: - обслуговуючі, - управлінські, - розвиваючі.	+	+	+	+	+	+	+	+
За характером продукту	виробничі, адміністративні.	+	+	+	+	+	+	+	+
За причетністю до підприємства	зовнішні, внутрішні.	+	+	+	+	+	+	+	+
Залежно від напряму діяльності	типові, специфічні.	+	+	+	+	+	+	+	+
За ступенем впливу на успіх організації	ключові, критичні.	+	+	+	+	+	+	+	+
За ступенем зв'язаності окремих частин	локальні, інтегральні.	+	+	+	+	+	+	+	+
За ознакою часу	безперервно повторюються, періодично повторюються.	+	+	+	+	+	+	+	+
За сутністю	стратегічні, аналітичні, виробничі, управління, забезпечення, контролю.	+	+	+	+	+	+	+	+
За основними складовими збалансованої системи показників	фінансові, клієнтські, виробництва, розвитку, навчання.	+	+	+	+	+	+	+	+

Вивчення ринку і споживачів передбачає проведення маркетингових досліджень та визначення потреб споживачів щодо продукції чи послуг, проведення SWOT- чи інших видів аналізів для інновації, оцінювання технічної та економічної доцільності комерціалізації інновації, виокремлення конкурентних переваг інновації на ринку.

Розроблення продукції чи послуг включає створення прототипу або концепції інновації, а також виготовлення дослідного зразку.

Пробний маркетинг означає тестування прототипу серед невеликої групи користувачів (потенційних споживачів, співробітників підприємства, партнерів тощо).

Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи передбачає оцінку технічної та економічної доцільності комерціалізації інновації, можливості постійного вдосконалення та розвитку інновації для відповідності потребам ринку.

Планування включає прогнозування попиту на основі результатів маркетингових досліджень, розроблення плану маркетингу та продажів для подальшого просування інновації, розроблення бізнес-плану та презентації для залучення інвесторів.

Виробництво передбачає підготовку та запуск виробничого процесу щодо виготовлення пробної партії та серійного виробництва товарів або надання послуги на ринку.

Маркетинг та управління комунікаціями включає визначення цільового ринку та аудиторій для інновації, визначення цільових показників та метрик успіху для оцінки ефективності бізнес-стратегії, розроблення стратегії маркетингу та реклами для просування інновації на ринку, збір відгуків користувачів щодо інновації.

Управління людськими ресурсами передбачає формування команди з розробки інноваційного продукту або послуги, проведення навчання та підтримки для клієнтів щодо використання інновації.

Таким чином, управління бізнес-процесами в ланцюгу комерціалізації є важливою складовою успішної діяльності на ринку. Систематизація бізнес-процесів дозволяє підвищити ефективність роботи підприємства, раціональніше керувати різними типами бізнес-процесів організації. Через бізнес-процеси здійснюється ключова стратегія підприємства, на їх основі формується організаційна структура компанії і визначається набір обслуговуючих процесів і процесів управління, що сприяють забезпеченню довгострокових переваг на ринку.

Література

5. О. Юрчак. Підсумки діяльності УКА в розвитку інновацій у 2023. Український кластерний альянс. 2024. URL: <https://www.clusters.org.ua/blog-single/results-u%D1%81a-innovations-2023/>
6. Комерціалізація інновацій: захист інтелектуального капіталу, маркетинг та комунікації : монографія / за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Л. Ю. Сагер, канд. екон. наук, доц. Л. О. Сигиди. – Суми : Сумський державний університет, 2022. 363 с.
7. Tepliuk M., Kozeniuk I. Commercialization of innovative activity of the enterprise. *Economy and Entrepreneurship*. 2021. No. 47. P. 64–76. URL: https://doi.org/10.33111/ee.2021.47.tepliukm_kozeniuki.
8. Вакуленко І. А., Мінченко М. Г., Хоменко Л. М. Витрати на інноваційну діяльність як драйвер інтенсифікації трансферу інновацій в сфері енергетики. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 69. С. 8–13. <https://doi.org/10.32782/infrastruct69-2>
9. Лисенко, О. А. Класифікація бізнес-процесів на промислових підприємствах: теоретичні аспекти. *Університетські наукові записки : науковий часопис*. 2013. №2(46). С. 190–197.
10. Прокопенко М. О. Удосконалення класифікації бізнес-процесів промислових підприємств. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9755> (дата звернення: 17.10.2024). DOI: [10.32702/2307-2105-2021.12.202](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.202)