

БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

М. С. ВЛАДИМИРОВА, к.е.н.

Харківський національний університет міського господарства

імені О.М. Бекетова

proinfostatus@mail.ru

В результаті багаторічної пропаганди «бізнес-процес» став вельми поширеним і вживаним терміном. Неможливо собі уявити, щоб хто-небудь зараз розгорнув масштабну пропаганду, яка дозволила б усунути з обіходу це надлишкове поняття – просто тому що в цьому практично ніхто не зацікавлений.

В англомовній літературі бізнес-процес представляється як безліч з однієї або декількох пов'язаних операцій або процедур, які в сукупності реалізують деяку мету виробничої діяльності, здійснюваної зазвичай в рамках заздалегідь певної організаційної структури, яка відображає відносини між учасниками.

Бізнес-процес - організаційна підсистема, що створює економічну цінність для організаційної системи шляхом задоволення потреб її внутрішніх і зовнішніх клієнтів в ресурсах і послугах.

Поняття набуло поширення у зв'язку з переходом до процесно-орієнтованої організації та процесно-орієнтованого менеджменту підприємства. На сьогоднішній день не існує єдиної загальноприйнятої типології бізнес-процесу. Тому одночасно використовується безліч різних понять і позначень, як наприклад, основний процес, головний процес, процес створення вартості, виробничий процес і т.д. Характерними для компаній процесами є, наприклад, виконання замовлення, розробка

продукту, управління компанією, доставка продукції. На практиці в кожній компанії існують типові для їх сфери, взаємопов'язані один з одним бізнес-процеси, що мають своєю метою створення та реалізацію вартості, продуктів і послуг.

У компаніях існують процеси різних видів, які можуть залежати один від одного і в той же час відрізнятися за багатьма параметрами. Такими параметрами є:

- *Вид діяльності*: виробничі процеси або надання послуг. Результатом виробничого процесу є матеріальний продукт (наприклад, верстати), надання послуг – нематеріальний (наприклад, інформація).

- *Вид виконання*: оперативні, тобто виконувані процеси, такі як обробка, розрахунок, або диспозитивні процеси, як планування, управління.

- *Створення вартості*: прямі, що змінюють об'єкт (монтувати), або непрямі процеси створення вартості, підготовчі, або підтримують процеси (перевіряти, транспортувати).

- *Комплексність*: макропроцеси або мікропроцеси. Макропроцеси описують загальні процеси на підприємствах (виробництво легкових автомобілів). Мікропроцеси – їх складові частини (виробництво кузова).

- *Комерційний успіх*: ключові, управлінські та підтримуючі процеси. Ключові процеси є специфічними для компанії і мають особливе значення для досягнення спільної мети компанії.

Бізнес-процеси часто являють собою комбінацію ключових, управлінських і підтримуючих процесів:

Ключові процеси (створення вартості) об'єднують завдання і роботу для виконання певних вимог клієнта із застосуванням ключових виробничих компетенцій. Вони є стратегічно важливими і в той же час специфічними (унікальними, так як, наприклад, внаслідок застосування фірмових знань їх складно скопіювати). До них відносяться:

- обробка і виконання замовлення;
- розробка, проектування і дизайн продукту;
- виробництво і монтаж та ін.

Управлінські процеси містять у собі завдання і діяльність, спрямовані на довгостроковий розвиток компанії та реалізацію цілей компанії. До них відносяться:

- стратегічний розвиток компанії;
- довго- і середньострокове планування в компанії;
- розвиток персоналу;
- інвестиційне планування;
- мотивація персоналу та ін.

Підтримуючі процеси містять необхідні завдання і роботи для підтримки ключових процесів, але не призводять до безпосередньої цінності для клієнта, наприклад:

- обробка даних;
- технічне обслуговування;
- логістика;
- адміністративні процеси та ін.

Таким чином, основні бізнес-процеси є рушійною силою стратегії підприємства. Опис і моделювання бізнес-процесів допомагає описати і змодельовати яким чином стратегія може бути реалізована. Компанія повинна визначити основні бізнес-процеси, що виділяють її серед аналогів і є найбільш важливими з точки зору споживчої цінності для клієнтів. Постійне вдосконалення основних бізнес-процесів підвищує ефективність компанії і визначає її конкурентоспроможність.

Для того, щоб мати стійку конкурентну перевагу, компанія повинна не зупинятися на досягнутому, а постійно працювати над інноваціями товарів, послуг, технологій, процесів. Вдалі інновації сприяють залученню покупців, розширенню клієнтської бази та зростанню прибутку.