



УДК 338.45

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Студ. А.О. Шолудченко, гр. БЕПск-1-17

Науковий керівник к.е.н., доцент Шацька З.Я.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою є дослідження процесної моделі управління бізнесом та можливості її застосування на вітчизняних підприємствах.

Завдання: визначити сутність процесного управління бізнесом або управління бізнес-процесами; розкрити особливості управління бізнесом з використанням процесної моделі.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження виступає процес управління бізнесом. Предметом дослідження є науково-методичні та практичні заходи формування моделі управління бізнесом.

Результати дослідження. Четверта промислова революція вплине на бізнес на чотирьох основних напрямках: це очікування споживачів, удосконалення продуктів і товарів, спільні інновації і організаційні форми. Перехід від простої цифрової технології, яка відбулася в ході третьої промислової революції, до інновацій, які базуються на комбінаціях різних технологій при четвертій промисловій революції, змушує компанії переглянути своє відношення до системи організації праці та управління на основі сучасних технологій [3].

Разом з тим, вплив зовнішнього середовища, збільшення кількості дестабілізуючих чинників та поява нових глобалізаційних чинників змушує підприємства перейти від бюрократичної системи управління до децентралізації управління шляхом впровадження адаптивного управління [4]. Це, в свою чергу, потребує формування та впровадження нових сучасних моделей управління бізнесом. Однією з таких сучасних моделей є процесна модель управління бізнесом.

Процесне управління бізнесом – це принципово новий рівень прозорості та управління бізнесом, не тільки на рівні фінансово-економічних показників, але на рівні технологій, ресурсів та продукту [2]. Впровадження даного підходу дає можливість оптимізувати витрати, знизити часовий інтервал протікання горизонтального бізнес-процесу, який забезпечує формування цінності для споживача.

Основною ціллю проектування бізнесу є удосконалення діючої організаційно-економічної моделі ведення бізнесу, а також управління на її основі окремими бізнес-єдиницями. Бізнес-проекування дозволяє створити еталонну модель ланцюжка створення споживчої цінності для споживача і трансформувати у відповідності з вимогами зовнішнього середовища. Дана модель буде відрізнятися лише набором бізнес-процесів у відповідності зі специфічністю діяльності підприємства, що аналізується.

В основі формування процесної моделі управління бізнесом покладено управління бізнес-процесами в межах ланцюжка створення доданої вартості. Ланцюг створення вартості (цінності) конкретного підприємства є частиною надсистеми взаємопов'язаних ланцюгів. Така надсистема включає в себе ланцюги створення цінності постачальників сировини, каналів дистрибуції тощо. Таким чином, загальна надсистема є ланцюгом послідовних взаємопов'язаних ланцюжків базових операцій, які поступово перетворюють сировину в кінцевий продукт, що має цінність для споживачів [1].

Таким чином, логіка ланцюга створення цінності передбачає, що аналіз конкурентного позиціонування підприємства базується на варіантах лідирування за витратами. Тобто, концепція ланцюга створення вартості в основному може підказати, яким чином досягти лідирування за витратами. Загальна логіка потоку базових операцій бере до уваги тільки ті критерії споживчого вибору, які пов'язані із вдосконаленням потоків великої надсистеми створення цінності, що включає покупців та постачальників.

Бізнес-система створення цінності відображає взаємодію операцій і фактори, які характеризують відповідні конфігурації цінності, на яких вона базується. Ланцюг створення



цінності формує послідовно взаємопов'язані системи цінності постачальників, виробників та дистриб'юторів, кожна з яких додає цінність продукту попереднього ланцюга.

Але, слід відмітити, що фокусування на операціях ланцюга створення вартості може використовуватися для виявлення потреб або можливостей стратегічних змін, але це не буде корисним у випадку здійснення реінжинірингу бізнес-процесів. Типові бізнес-процеси відрізняються від таких же за назвою організаційних функцій, оскільки з точки зору формування конкурентної переваги, відповідна операція може охоплювати декілька організаційних функцій. Аналогічно, одна функція може передбачати виконання бізнес-процесів, які мають бути розмежовані з точки зору конкурентної переваги.

За умови значної деталізації в рамках ланцюжка створення вартості бізнесу, схема бізнес-процесів може мати досить складну структуру. Перш за все, під ланцюжком створення вартості розуміємо рух матеріальних потоків, в результаті якого отримуємо готовий продукт. У даному ланцюжку розкривається важливе значення підприємств - учасників в системі внутрішніх і зовнішніх взаємовідносин у перетворення потоку «вхідних» ресурсів в цінність для споживача, в готову продукцію.

Перш ніж перейти до аналізу такого ланцюжка, слід відмітити, що типи ланцюжків доданої вартості залежать від видів економічної діяльності: одні – управляються виробником сировини (наприклад металургія), а інший – споживачами (оптовими та роздрібними). Додана вартість у своєму ціновому виразі як правило зростає в сировинно-видобувних галузях по мірі ускладнення процесів переробки і наближенню до кінцевої продукції в усіх видах економічної діяльності. Найбільша частка доданої вартості концентрується на виробничих бізнес-процесах. Даний підхід дозволяє визначити причини, що не дають можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Враховуючи те, що меблева промисловість є імпортозамінюючою галуззю, досить ефективним буде застосування методу аналізу бізнес-процесів за ланцюжком створення вартості для пошуку резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі. Цей метод дозволяє більш глибоко дослідити аспекти взаємодії не тільки внутрішньо корпоративних, але й міжфірмових бізнес-процесів, визначити можливості та «слабкі місця» формування конкурентоспроможності підприємств, визначити бар'єри розвитку компанії та розробити рекомендації, щодо ідентифікації неефективних бізнес-процесів та подальшої їх передачі на аутсорсінг.

Висновки. Для побудови сучасної моделі бізнес-процесів, яка б відповідала вимогам українських підприємств, необхідними умовами є постійний моніторинг зовнішнього середовища, потреб споживачів та внутрішніх проблем на підприємстві, що повинно стати основним, стратегічно важливим бізнес-процесом компанії, що визначають усю подальшу її діяльність щодо створення продукту, його виробництва, доведення до споживача й одержання прибутку.

Таким чином, формування системи процесного управління може відбуватися на будь-якому етапі життєвого циклу підприємства та застосовуватися як для закордонних, так і вітчизняних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бортнік А.М. Формування процесної моделі у пралння бізнесом // А.М. Бортнік. – ДНВЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». – с.41-43. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/9534/1/41-43.pdf>
2. Теорія менеджменту: короткий курс лекцій з дисципліни. – Режим доступу: https://studme.com.ua/1048030410385/menedzhment/protsessnoe_modelirovanie_biznesa.htm
3. Сучасні проблеми економічного розвитку України: монографія/ за ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.Є.Воронкової – К. : ТОВ «ДКС центр», 2018. – 184 с.
4. Шацька З.Я. Трансформація системи управління підприємством в період глобальних змін [електронний ресурс]/ З.Я. Шацька. – Ефективна економіка. – №12. – грудень 2017. – 14 с. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=11&y=2017>