

СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІ ТА ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНІ ПРОЦЕСИ І ТЕХНОЛОГІЇ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ОСВІТНЬО-ІННОВАЦІЙНОЇ ІНТЕРАКТИВНОЇ ПЛАТФОРМИ ОТРИМАННЯ БІЗНЕС-ЗНАНЬ

ФАКТОРИ ОБ'ЄКТИВНОСТІ В ОЦІНЦІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ

*Вітковський Ю.П., к.е.н., доцент, Єршова О.О., аспірант
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені П. Василенка*

Анотація. В статті подано результати досліджень щодо оцінювання об'єктивності бізнес-процесів підприємства через показники якості, надано рекомендації щодо оцінювання споживацької культури в розрізі оцінки якості.

Ключові слова: бізнес-процеси підприємств, якість, ефективність, споживацька культура, управління.

ФАКТОРЫ ОБЪЕКТИВНОСТИ В ОЦЕНКЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕРЕЗ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА

*Витковский Ю.П., к.э.н., доцент, Ершова Е.А., аспирант
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени П. Василенко*

Аннотация. В статье представлены результаты исследований по оценке объективности бизнес-процессов предприятия через показатели качества, даны рекомендации по оценке потребительской культуры в разрезе оценки качества.

Ключевые слова: бизнес-процессы предприятий, качество, эффективность, потребительская культура, управление.

FACTORS OF OBJECTIVITY IN THE EVALUATION OF BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE THROUGH QUALITY INDICATORS

*Vitkovskiy Yu.P., Yershova O.O.
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture*

Abstract. The article presents the results of research on the assessment of the objectivity of the business processes of the enterprise through the quality indicators, provided recommendations for the assessment of consumer culture in terms of quality assessment.

Keywords: business processes of enterprises, quality, efficiency, consumer culture, management.

Постановка проблеми. Управління розвитком бізнес-процесів передбачає постійний пошук та вдосконалення існуючої системи бізнес-процесів (БП) – стійкої цілеспрямованої сукупності взаємопов'язаних видів діяльності, яка за певної технології перетворює входи на виходи, що представляють цінність для споживача [3, с. 37].

Аналіз останніх досліджень. Над дослідженням проблеми оцінювання та розвитку бізнес-процесів на підприємстві працювали такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як В. Александрова, І. Алексєєв, О. Амоша, О. Волков, Л. Ганущак-Єфіменко, В. Геєць, А. Гриньов, А. Касич, С. Князь, В. Козик, Б. Твісс, Л. Федулова, П. Харів, В. Хобта, М. Хучек, Н. Чухрай, Й. Шумпетер, Ю. Яковець, О. Ястремська та інші.

Однак, незважаючи на значну кількість публікацій, їхнє наукове та практичне значення, низка питань стосовно оцінювання об'єктивності бізнес-процесів саме через показники якості вимагає уточнення та нових підходів

Метою дослідження є дослідження оцінювання об'єктивності бізнес-процесів підприємства через показники якості

Основні результати дослідження. Для оцінки ефективності/неефективності управління БП кожне підприємство, як правило, розробляє свій набір показників, серед яких виділяють показники результативності, ефективності, продуктивності, якості. І якщо із прорахунком та аналізом кількісних параметрів бізнес-процесу (собівартість БП, рентабельність, розмір затрат на оплату праці виконавців тощо) проблем не виникає (їх можна безпосередньо виміряти), то із останньою групою – *показниками якості бізнес-процесу* – в процесі оцінки одразу ж постає питання об'єктивності отриманих результатів дослідження.

Під якістю бізнес-процесу Кривов'язнк та Тішер розуміють якість його результатів, де витрати на процес мають відповідати доданій цінності продукту для споживача[2]. Репін та Єліферов дають визначення якості БП як його здатності в заданій мірі задовольняти потреби своїх клієнтів при мінімальних затратах ресурсів [3].

На нашу думку, якість бізнес-процесу – це оптимальна сукупність ключових параметрів для окремо взятого бізнес-процесу, адекватне функціонування якої створює та становить цінність для кінцевого споживача БП.

До показників якості бізнес-процесу можна віднести: кількість та відсоток браку, показник рекламаций (жалоб), індекс споживчої лояльності (показує ступінь задоволеності споживачів результатом БП), показник збереження продукції, коефіцієнт повернення клієнтів повторно та інші.

Проблема оцінки показників якості БП полягає в тому, що не всі дані показники можливо оцінити базуючись на кількісних параметрах. Якщо число рекламаций, дефектів виходу БП, повернень товару можна виразити в кількісному еквіваленті, то ступінь задоволеності кінцевого споживача бізнес-процесу, здатність БП бути гнучким і швидко адаптуватись до мінливих потреб замовника, здатність БП бути сталим в умовах кризи чи невизначеності прорахувати та дати адекватний висновок за результатами такого прорахунку вкрай складно. Більш того, оцінка якості бізнес-процесу експертами, керівниками чи споживачем продукту так чи інакше завжди носить суб'єктивний характер. І єдине, що залишається в даному випадку, це або взагалі не використовувати показники якості в методиці оцінки бізнес-процесів підприємства (на думку автора, це неприпустимо, оскільки величезний блок необхідної інформації по БП буде незатребуваним, а відтак, упущеним), або зробити оцінку показників якості БП максимально об'єктивною та достовірною.

Для цього при оцінці бізнес-процесів за показниками якості необхідно враховувати їх наступні особливості:

- показники якості достатньо індивідуальні та специфічні для кожного бізнес-процесу. Так, наприклад, при процесі виробництва показником якості може виступати відсоток браку, стосовно процесу збуту – кількість повторних клієнтів, ступінь їх задоволеності продукцією, при процесі маркетингу – процент успішно проведених рекламних кампаній;

- показники якості БП і показники «виходу» БП поняття схожі, але не тотожні. Вихід БП – це результат функціонування самого бізнес-процесу. Звичайно, він безпосередньо залежить від якості самого БП, проте бувають випадки, що результат «якісний» з точки зору споживача, але «неякісний» з точки зору підприємства (покупець замовив двері, відділ продажу підтвердив, що двері є в наявності. Двері доставили вчасно, ступінь задоволеності покупця високий. Проте підприємство не мало на той час на складі таких дверей, співробітникам довелося в екстрені терміни їх виготовити за собівартістю набагато вищою, ніж звичайно, аби не втратити постійного замовника);

- показники якості БП можна виразити через показники кількості (кількість скарг, кількість здійснених покупок, число комплектних відвантажень), і їх необхідно аналізувати у

розрізі фінансових та часових показників. Не має сенсу оцінювати ступінь задоволеності споживача товаром тоді, коли у експерта немає даних про відсоток продажів по цьому товару, число дефектної продукції, собівартість та терміни її виготовлення тощо);

- перш ніж розробляти показники якості для конкретного бізнес-процесу, необхідно аби кожен власник БП визначився із «критеріями якості» – тими ключовими характеристиками, відповідно до яких той чи інший бізнес-процес буде ранжируваний як «якісний» чи «неякісний». А відтак, не дивно, що показники якості подібного БП на одному підприємстві можуть суттєво відрізнятися від набору показників цього ж БП на іншому. Неправильно, неповно чи нереалістично позначене поняття «якості» може не лише нівелювати результати показників якості БП, а й в гіршому випадку, взагалі дискредитувати показник якості як такий.

Висновки та перспективи розвитку. Оскільки українські підприємці взяли курс на європейські стандарти управління, це означає, що показники якості виступатимуть одними із суттєвих груп показників в оцінці бізнес-процесів компаній. А тому дослідження та аналіз БП з точки зору якості має бути якомога об'єктивнішим, де ключовим фактором виступає думка споживача, проте вона завжди має розглядатися та оцінюватися у розрізі потреб і можливостей самого підприємства.

Література

1. Ковалев С. М. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов / С. М. Ковалев, В. М. Ковалев // Консультант директора.– 2005.– № 7 (234).
2. Кривов'язюк І. В. Методи реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві / І. В. Кривов'язюк, Н. О. Тішер // Економічний форум: журнал Луцького НТУ. – 2012. – № 2. – С. 292–307.
3. Репин В. В. Процесний поход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 544 с.
4. Тараскина Ю. В. Показатели бизнес-процессов как основа оценки эффективности деятельности организации [Электронный ресурс] / Ю. В. Тараскина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazатели-biznes-protsessov-kak-osnova-otsenki-effektivnosti-deyatelnosti-organizatsii>.