

УДК 33.338

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Почуева Д.С., магистрант гр. СУмоз-201, II курс
Бугрова С.М., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Бизнес-процесс представляет собой один, несколько или большое количество вложенных процессов, которые в своей основе заканчиваются созданием продукта, требуемого клиенту. Следовательно, выходом или результатом выполнения бизнес-процесса считаются информация, услуги или товары, которые востребованы клиентом.

Между тем все действия, которые включены в процесс, не случайны, а взаимосвязаны и организованы, и только в совокупности могут дать определенный эффект. Поэтому более удачна, на наш взгляд, формулировка бизнес-процессов М. Хаммера. В его трактовке бизнес-процесс представляет собой организованный комплекс действий, которые взаимосвязаны между собой и которые в совокупности дают ценный для клиента результат. В его понятии процесс – это определенный комплекс действий, а не одно конкретное действие [4].

Обычно выделяют четыре типа процессов: основные, обеспечивающие, процессы развития, процессы управления.

Основные процессы — это процессы, которые образуют сквозную цепочку создания ценностей для клиентов, начиная с закупки материалов и до конечного продукта. Основные процессы выстроены правильно, если клиент полностью удовлетворен качеством продукта или услуги. К таким процессам можно отнести процессы закупки материалов для производства продукции, продвижения товаров на рынке, деятельность, связанную с рекламой и увеличением числа клиентов, маркетинг.

Если основные процессы направлены на конечного клиента на рынке, то для обеспечивающих клиентом является какой-то внутренний потребитель: сотрудники подразделения компании или внутренние основные процессы. Например, один отдел в компании будет внутренним клиентом для другого отдела компании.

Примерами типичных обеспечивающих процессов могут быть: бухгалтерский учет, юридическое обеспечение, IT обслуживание внутренних пользователей, делопроизводство и так далее.

Цель процессов развития — улучшить показатели бизнеса. Процессы развития, в отличие от основных процессов, дающих результат в виде про-

дукта для клиента, дают результат в виде какого-то актива (материального или нематериального) для бизнеса. Когда компания инвестирует свою прибыль в создание новых продуктов или создание новых брендов - это типичный процесс развития, в который мы инвестируем, неся определенные риски. Каждый процесс развития создает какой-либо актив, который нужен бизнесу для того, чтобы улучшить конкретные бизнес-характеристики. Например повысить конкурентоспособность продукции, снизить затраты, повысить эффективность на каких-то участках производства и так далее.

Особенность процессов управления состоит в том, что они имеют одинаковую последовательность действий. Один процесс управления от другого будет отличаться только по содержанию. То есть любой процесс управления, на каком бы уровне он не происходил - стратегическом, тактическом или оперативном, к какой бы функциональной области не относился, имеет определенные основные элементы: определение целей; планирование; мониторинг [5, 6] целевых показателей; анализ [3].

Рассмотрим более подробно бизнес-процесс развития на примере ООО «Дорожно-строительное управление №1». На большинстве предприятий строительной направленности значительная доля в себестоимости производимой продукции принадлежит статье «сырье и строительные материалы». Поэтому именно на их оптимизацию направлено основное внимание руководства, поскольку даже при небольшом сбережении сырья, материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию ощутим значительный эффект.

В рассматриваемой компании достаточно высокие суммы затрат на 1руб. строительных работ - 1,03руб. в анализируемом периоде. Поэтому процесс развития включает программу улучшений, направленную на повышение эффективности работы предприятия в направлении увеличения выручки и сокращения затрат. Мероприятия, входящие в программу улучшений включают два направления:

1. Организация производства щебня мелких фракций, вместо его закупки у поставщиков.

2. Применение битумных добавок в асфальтобетон.

Для производства асфальтобетонных смесей в большинстве рецептов используется щебень мелких фракций. Ненадежность и неритмичность поставок щебня мелких фракций (5-10 мм), а также наценка поставщиков делает целесообразным организацию его собственного производства.

Для переработки щебня крупных фракций в щебень мелких фракций предлагается приобрести дробильно-сортировочную установку metso марки Nordberg NP-200 стоимостью 12455 тыс. руб.

Для применения битумных добавок в асфальтобетон необходимо установка дозирующей системы стоимостью 4500 тыс. руб. Использование модифицированного битума повысит качество продукции, ее конкурентоспособность и, следовательно, выручку. Рост выручки оценивается в 10-15% в год. Ожидаемая эффективность проекта представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет эффективности от реализации проекта мероприятий

Вид мероприятия	Прирост вы- ручки, тыс. руб.	Прирост затрат, тыс. руб.	Прирост чистой прибыли, тыс. руб.	Срок окупа- емости, ме- сяцев
Организация производства щебня мелких фракций, вместо его закупки у поставщиков.	22330 (за счет снижения себестоимости)	12455	7900	8
Применение битумных добавок в асфальтобетон.	7475	4500	2380	6
ИТОГО:	29805	16955	10280	-

В результате внедрения проекта мероприятий прогнозируются следующие изменения:

- общий прирост выручки составит 29805 тыс. руб.;
- прирост затрат составит 16955 тыс. руб.;
- чистая прибыль при этом возрастет на 10280 тыс. руб.

Внедрение и управление бизнес-процессами – важная часть работы предприятия, которое стремится ставить конкретные задачи и достигать целей при минимальных затратах ресурсов. Чтобы повысить эффективность предприятия, важно грамотно описать бизнес-процессы, внедрить их на производстве и непрерывно контролировать. Регулярная оптимизация позволяет быстро устранять «узкие места» и текущие сложности, всплывающие в процессе работы [1].

Список литературы:

1. Муранова, Т. Д. Описание бизнес-процессов коммерческого предприятия / Т. Д. Муранова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 5 (139). — С. 205-208. — URL: <https://moluch.ru/archive/139/39104/> (дата обращения: 16.02.2022).
2. Степанова Д.С., Бугрова С.М. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия». 2019. С. 185-187.
3. Туголуков, Е. А. Методология развития бизнес-процессов и бизнес-планирования / Е. А. Туголуков. — Текст : непосредственный // Молодой

- ученый. — 2019. — № 46 (284). — С. 361-364. — URL: <https://moluch.ru/archive/284/64064/> (дата обращения: 16.02.2022).
4. Хаммер, М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Д. Чампи. —М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.-288с.
 5. Mikhailov, V.G. Study of environmental management efficiency at Himprom PLC, Kemerovo / V.G. Mikhailov, S.M. Bugrova // In the world of scientific discoveries. Series B. — 2014. — Vol. 2. — Iss. 1. — P. 73-83.
 6. Research of environmental and economic interactions of coke and by-product process / V. Mikhailov, T. Kiseleva, S. Bugrova [et al.] // E3S Web of conferences. — 2017. — Iss. 21. — 02004.