

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, ИТ 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 «сырец 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 HP-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 выручки, тыс. руб.	Прирост затрат, тыс. руб.	Прирост чистой прибыли, тыс. руб.	Срок окупаемости, месяцев
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. Рейнжиниринг 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.