

## СУТНІСТНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-ПРОЦЕС»

*Врублевська К. О., студент*

*Науковий керівник: Криворучко О. М., д.е.н., професор*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Стрімкий розвиток процесного підходу до управління, швидкість якого перевищує можливості узагальнення окремих концепцій призвів до того, що на сучасному етапі поняття «бізнес-процес» є багатозначним, не існує єдино прийнятого його визначення.

Активне дослідження бізнес-процесів проводилося в 90-ті рр. ХХ ст., сплеск яких був породжений працею М. Хаммера та Дж. Чампі «Реінжинірінг корпорацій: маніфест революції бізнесу», що вийшла у 1993 році.

В сучасній літературі існує безліч інтерпретацій поняття «бізнес-процес», так за Великим тлумачним словником сучасної української мови [1], бізнес (пер. з англ. «діяльність») – це економічна, комерційна, біржова або підприємницька діяльність, спрямована на отримання прибутку. Процес – послідовна зміна станів або явищ, яка відбувається закономірно; хід розвитку чого-небудь; сукупність послідовних дій, засобів, спрямованих на досягнення певного наслідку (результату). Поєднання цих визначень дає змогу сформулювати первинне значення сутності категорії «бізнес-процес», як сукупність послідовних, закономірних дій, які спрямовані на отримання результату (прибутку). Проте у сучасних умовах таке визначення не є актуальним, оскільки містить поверхневу характеристику категорії, відсутнє тлумачення значення бізнес-процесів у стратегічному аспекті функціонування підприємства.

М. Хаммер і Дж. Чампі визначають бізнес-процес як сукупність різних видів діяльності, у рамках якої «на вході» використовуються один або більше видів ресурсів, і в результаті цієї діяльності на «виході» створюється продукт, що представляє цінність для споживача. Разом з цим автори у цьому визначенні не виділяють систематизованість та взаємопов'язаність процесів, як їх визначальну характеристику [2].

Значний вклад в теорію бізнес-процесів зробили дослідники Т. Дейвенпорт та Дж. Шорт. Вони визначають бізнес-процес як дискретну множину дій, спроектованих та структурованих для виробництва визначеного продукту (товарів/робіт/послуг) для

конкретного споживача чи ринку [3]. У цьому понятті прослідковується технічна спрямованість на автоматизацію процесу.

Заслуговує на особливу увагу визначення, надане М. Портером і В. Міллером. Бізнес-процес – це комплекс видів діяльності, які визначаються точками «входу» і «виходу» та використовують організаційні ресурси з метою створення цінності товарів/послуг для споживача [4].

В.Е. Демінг визначає бізнес-процес, як будь-які види дій у функціонування організації [5]. На нашу думку це поняття є дуже загальним і потребує конкретизування.

За визначенням Д. Харрінгтона та К.С. Есселінга бізнес-процес – це логічний, послідовний, взаємопов'язаний набір заходів, який споживає ресурси постачальника, створює цінність та видає результат покупцю [6].

Дослідники Е.Г. Ойхман та Є.М. Попов у своїй праці [7] визначає бізнес-процеси як множину внутрішніх видів діяльності, які розпочинаються з одного чи більше “входів” і закінчуються створенням продукції, яка необхідна клієнту, задовольняє його бачення вартості, довговічності, сервісу і якості.

Поняття «бізнес-процес» досліджувалось на рівні міжнародної регламентації. Згідно із регламентами ISO, бізнес-процеси – це ряд взаємопов'язаних видів діяльності, які перетворюються у “входи” і “виходи” процесу [8].

Згідно з визначенням С.В. Рубцова [9], бізнес-процес – це операція, яка включена в систему операцій, метою якої є виробництво і постачання послуг/товарів операціями, які входять в систему, а також іншими системами.

Є.З. Зіндер у своїх дослідженнях наводить таке тлумачення поняття [10]: бізнес процеси – логічні послідовності взаємопов'язаних дії, в яких використовують ресурси підприємства для створення і отримання вимірного результату в майбутньому.

Отже, підсумовуючи всі визначення, можна виділити основні ознаки поняття «бізнес-процес», якими є наявність «входів» та «виходів», цінність для споживача, взаємопов'язаність видів діяльності, послідовність. Метою бізнес-процесу є виробництво і постачання послуг/товарів, які задовольняють вимоги споживачів.

Розглянувши підходи до визначення сутності бізнес-процесів, нами ідентифіковані три підходи авторів, щодо спрямованості їх бачення категорії «бізнес-процес», та розкриття її ключових характеристик, які наведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Типологія наукових визначень сутності бізнес-процесів за цільовою спрямованістю

Цільова спрямованість визначення бізнес-процесів	Автори	Ключові характеристики
Стратегічна (зорієнтована на взаємодію із зовнішнім середовищем та підвищення гнучкості)	Хаммер М., Чампі Дж. [2]	Бізнес-процеси формують додану вартість (споживчу цінність); дискретність процесу (наявність початку, “входу” і закінчення, “виходу”); використання ресурсів підприємства для виконання бізнес-процесів.
	Т. Дейвенпорт [3]	Взаємозалежність і взаємопов’язаність всіх бізнес-процесів на підприємстві; вимірність результату кожного бізнес-процесу.
	М.Портер, В.Міллар [4]	Бізнес-процеси формують додану вартість (споживчу цінність); зосередження бізнес-процесів навколо однієї цілі (комплексної цілі); безперервність бізнес-процесів.
	Ойхман Е.Г, Попов Є.М. [8]	Бізнес-процеси формують додану вартість (споживчу цінність); зосередження бізнес-процесів навколо однієї цілі (комплексної цілі); вимірність результату кожного бізнес-процесу.
Внутрішня (зорієнтована на підвищення ефективності управління та формування важелів управління)	Демінг В. [5]	Використання ресурсів підприємства для виконання бізнес-процесів.
	Рубцов С.В. [9]	Використання ресурсів підприємства для виконання бізнес-процесів; системність бізнес-процесів.
Технічна (зорієнтована на автоматизацію та стандартизацію)	Зіндер Є.З. [10]	Використання ресурсів підприємства для виконання бізнес-процесів; безперервність бізнес-процесів; вимірність результату кожного бізнес-процесу; зосередження бізнес-процесів навколо однієї цілі (комплексної цілі).

Запропонована типологія містить взаємозв’язки між спрямованістю щодо визначення бізнес-процесів та їх ключовими характеристиками. Найбільш ґрунтовними серед розглянутих, на нашу думку, є визначення бізнес-процесів за стратегічною спрямованістю.

Аналізуючи недоліки та переваги розглянутих понять, нами запропоновано наступне визначення: бізнес-процес – це логічна, цілеспрямована, взаємопов’язана сукупність видів діяльності підприємства, у результаті яких використовуються ресурси підприємства з ціллю створення необхідного для внутрішніх та зовнішніх споживачів продукту/послуги та досягнення визначених економічних результатів.

**Література.**

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.
2. Hammer M. Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution / M. Hammer, J. Champy. – New York : HarperBusiness, 1993. – 223 p.
3. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology. – Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1993. – 337 с.
4. Porter M. E., Millar V. E. How Information Gives You Competitive Advantage // Harvard Business Review, 1985, 85, (July–August), 149–160.
5. Deming W. E. Quality, productivity, and competitive position. – Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1982. – 373 с.
6. Харрингтон Дж., Эсселинг К. С. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация – СПб.: Азбука, БМикро, 2003. – 317 с.
7. Ойхман Е.Г., Попов Э. М. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 333.
8. ISO/IEC. Оценка и аттестация зрелости процессов создания и сопровождения программных средств и информационных систем (ISO/IEC TR 15504-CMM). – М.: Книга и Бизнес, 2001. – 348.
9. Рубцов С.В. Уточнение понятия бизнес-процесс / С.В. Рубцов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 26 – 33.
10. Зиндер Е. З. Новое системное проектирование: информационные технологии и бизнес-реинжиниринг // Системы управления базами данных. – 1996. – № 1. – 55–67.

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ: ВЗАЄМОЗВ’ЯЗОК ЗМІСТУ ТА УПРАВЛІННЯ**

*Виноградова А. С., Поволоцький В. О., студенти  
Науковий керівник: Пронкіна Л. І., к.е.н., академік  
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Теорія конкуренції виходить з того, що конкурують не країни, а окремі виробники продукції. Однак економічний успіх держави,