

УДК 338.3.01

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

И.А Кондаурова, А.А. Боряк

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

Раскрывается понятие бизнес-процесса как экономической категории. Проведен сравнительный теоретический анализ трактовок бизнес процесса различными авторами. Определена основная цель осуществления бизнес-процессов. Произведена классификация групп потребителей результатов бизнес-процессов.

Само понятие “процесс” многоаспектное и существует уже давно. Процессы присущи каждой организации. Но, в отличии от организационных подразделений, которые имеют обычные названия, процессы не имеют традиционных описаний и имен, проходя сквозь другие структуры. Большинство существующих определений тесно привязано к толкованию, которое было предоставлено авторами теории реинжиниринга Майклом Хаммером и Джоном Чампи: “бизнес-процесс - это набор операций, которые взятые вместе создают результат, имеющий ценность для пользователя”.

Описательные названия бизнес-процессов эти ученые предлагают давать в соответствии с их начальным и конечным статусом, например: “разработка продукции: от требований – к продукту”, “продажа: от заявки - к заказу” и т.п.. Более прикладное определение у Майкла Робсона и Филиппа Уллаха: “поток работы, который переходит от одного человека к другому, а в больших процессах – от одного отдела к другому”. Т.Давенпорт представил понятие бизнеса как процесса через разные взгляды на структуру организации: “В то время как иерархическая структура организации обычно представляет собой временной срез распределения ответственности и взаимоотношений по отчетности, структура ее процессов отображает динамический взгляд на то, как эта организация производит продукцию”[1, 2].

Определение бизнес-процесса согласно Томасу Давенпорту и Джорджу Шорту дается как “набор логически взаимосвязанных действий, которые выполняются для достижения определенного выхода бизнеса-деятельности”. При этом Т.Давенпорт подчеркивает определенную временную продолжительность бизнес-процесса “процесс – это специфически упорядоченная совокупность работ,

заданная во времени и пространстве, с указанием начала и конца и точным определением входов и выходов”. Джордж Мартин предложил вместо понятия “бизнес-процесс” использовать понятие “поток ценностей”, которому дал следующее определение: “Поток ценностей – это множество законченных согласованных действий, которые в совокупности создают определенную продукцию, которая имеет потребительские ценности для клиента” [2].

Вспомним, что любое экономическое отношение предполагает, по крайней мере, наличие двух субъектов - покупателя и продавца (производителя и потребителя) без которых экономические отношения не становятся именно экономическими, а продукт труда не принимает экономическую форму товара.

Таким образом, продукт, услуга должны иметь своего потребителя. Все это представляется очевидным, когда мы рассматриваем отношения между самостоятельными, независимыми, суверенными экономическими субъектами. Теперь перенесем этот подход на внутреннюю среду организации.

В таком случае фирма становится организацией, в которой существуют и производители, и потребители продуктов труда, услуг. Причем это распространяется на всю деятельность фирмы, на весь оборот капитала. В этой связи становится непринципиальным вопрос: принимает или нет экономическую форму товара такая деятельность. Говоря о внутрифирменной иерархии, мы оставляем в стороне иную форму экономической организации, которой является рынок.

Если же фирма “перемещает” продукт труда или услугу за границу организации, то у нас появляются “нормальные” производители и потребители (продавцы и покупатели), которые могут действовать как в рамках рыночной экономической организации, так и в рамках контрактной системы (они имеют дело с товарами как экономической формой продукта труда, услуги).

Подводя итог сказанному, мы вправе утверждать, что имеется возможность дробления хозяйственной деятельности фирмы на экономические единицы, за каждой из которой стоит конкретный потребитель как внутри фирмы, так и за ее пределами.

Именно такой подход и дает возможность определить новую для нашего анализа категорию, которой является бизнес-процесс.

Итак, бизнес-процесс - это набор операций, которые, вместе взятые, образуют результат, имеющий ценность для потребителя [1]. Кстати, самый простой пример бизнес-процесса, который приводят М. Хаммер и Дж. Чампи в своей работе, это разработка нового продукта.

Здесь нет внешних по отношению к фирме потребителей данной деятельности. Потребитель разработки нового продукта - это производственное подразделение компании, которое будет его создавать, маркетинговое подразделение фирмы, которое будет доводить до конечного потребителя этот новый продукт, сам менеджмент компании, который, разрабатывая стратегию, не может не принимать в расчет создание новых продуктов и т. д.

Другие специалисты в сфере реинжиниринга предоставляют более простое толкование: “процессы – это потоки работы, они имеют свои границы, другими словами – начало и конец”. В работах русских научных работников Рындина О.Г. и Шамаева Г.А. выделялось понятие, близкое по смыслу к современным толкованиям бизнес-процесса: “деловая операция – это совокупность взаимосвязанных соглашений, которые направлены на получение прибыли”. Хотя понятие деловой операции отличается от бизнес-процесса, но механизм ее описания (с помощью алгоритмических схем реализации деловой операции), выделение ролей участников деловой операции и т.п. позволяют проводить между ними аналогию[1, с. 20].

Объединяет основные трактовки бизнес-процесса попытка авторов алгоритмизировать деятельность предприятия – разбить отдельные его процессы на определенное количество внутренних шагов (видов) деятельности, которые начинаются с одного и более входов и заканчиваются логически взаимосвязанными выходами, в результате чего происходит создание продукции (услуги), необходимой клиенту, которая удовлетворяет его по стоимости, качеству и уровню сервиса.

Бизнес-процессы проходят через все функциональные подразделения компании, объединяют разные работы и задачи, которые должны составлять единую совокупность и носить непрерывный характер. Процессы, которые занимаются обработкой товаров и услуг, должны проектироваться одновременно с самим товаром или услугой [3, с. 37].

В соответствии с классическим определением, единой целью бизнес-процесса является удовлетворение требований клиентов, которые разбиты на пять разных типов: первый - это первичные клиенты, те, которые получают первичный выход; второй тип составляют вторичные клиенты, которые находятся вне процесса и получают вторичные выходы, третий тип — косвенные клиенты, которые не получают первичный выход, но являются следующими в цепочке, поэтому более поздний по времени процесс или с некондиционным выходом отразится на них. Четвертый тип клиентов

- внешние клиенты. Сюда входят: дистрибьюторы, розничные продавцы, организации и т.п. В конце концов, существуют внешние косвенные клиенты, потребители (пятый тип).

Уточним теперь определение бизнес-процесса. Это - совокупность различных видов деятельности, в рамках которой “на входе” используется один вид ресурса или более, а “на выходе” в результате этой деятельности создается продукт, представляющий ценность для потребителя. То есть бизнес-процесс сам по себе уже предполагает необходимость соотнесения результата и затрат, становясь в силу этого именно экономической единицей организации.

Выводы

Таким образом, бизнес-процесс – это поток работы, переходящий от одного человека к другому (от одного отдела к другому), в процессе которого создается результат, который имеет ценность для потребителя. Процессы можно описать на разных уровнях, но они всегда имеют начало, определенное число шагов посередине и четко очерченный конец. Не существует стандартного перечня процессов, и организаций, которые должны разрабатывать свои собственные, потому что это помогает более глубокому пониманию их собственной ситуации, когда ее описывают в терминах процессов.

Библиографический список

1. Садеков А.А., Азарян Е.М., Виноградова Е.В., Локтев Э.М., Саркисян Л.Г: Реинжиниринг бизнес-процессов в торговых центрах: Монография – Донецк: ДонДУЕТ им. М. Туган-Барановского, 2006.
2. Теорія та практика управління економічним розвитком підприємства[Текст]: монографія / О.В. Кендюхов, І.О. Кондаурова [та ін.]. – Донецьк: «ДВНЗ» ДонНТУ, 2013. – Т. 2. – С.275-285.
3. Щенников С.Ю. Реинжиниринг бизнес - процессов. Экспериментальное моделирование, управление, планирование и оценка. – М.: Ось-89, 2005. - 288 с.