

УДК 65.012.23

О.В. Ольшанський, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Оцінка ефективності бізнес-процесів є важливою характеристикою, що відображає результати і можливості підприємства. Щоб ефективно управляти бізнес-процесами підприємства, необхідно проводити оцінку їх стану, оскільки будь-які зміни в умовах або результатах діяльності бізнес-процесів пов'язані з тією чи іншою альтернативою управлінського рішення. Провести оцінку і визначити стан бізнес-процесів підприємства можливо лише в умовах, коли існують відповідні критерії та методики оцінки бізнес-процесів підприємства. Велика кількість публікацій і різнобічні підходи до формування критеріїв і методів оцінки результативності бізнес-процесів підприємства відображають об'єктивну складність питання. З огляду на це проблеми комплексної оцінки й підвищення ефективності бізнес-процесів підприємства в умовах конкуренції та глобалізації економіки потребують подальшого вивчення і розвитку.

Аналіз наукових праць у галузі методології розвитку бізнес-процесів дозволив прийти до висновку, що у працях, пов'язаних з оцінкою ефективності бізнес-процесів, пропонуються різні критерії оцінювання їх ефективності. Разом з тим до цих пір не вирішена проблема щодо визначення критеріїв оцінювання. З огляду на зазначене пропонується алгоритм визначення критеріїв оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства, який складається з п'яти етапів:

1. Визначення стратегічних цілей підприємства і вимог споживачів;
2. Визначення складу бізнес-процесів, їх класифікація та взаємодія;
3. Ідентифікація бізнес-процесів;
4. Визначення цілей бізнес-процесів;
5. Визначення критеріїв оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства.

Дослідження існуючих підходів до оцінки ефективності бізнес-процесів показало, що здебільшого вони зводяться до визначення

показника результативності без подальших заходів із поліпшення, у зв'язку з чим використання зазначених підходів не дає значних результатів у досягненні цілей підприємства. На основі вивчення праць із оцінювання та підвищення результативності бізнес-процесів було визначено, що немає науково обґрунтованої методики оцінювання, яка охоплює всі бізнес-процеси підприємства. Існують методики оцінювання результативності процесів систем менеджменту, більшість із яких розроблені відносно до системи менеджменту якості.

Вважаю, що процедури оцінювання і підвищення результативності бізнес-процесів мають бути, по-перше, узгоджені між собою і проводитися послідовно, оскільки в разі отримання значення показника результативності бізнес-процесу, що нижче допустимої норми, необхідно розробляти заходи для підвищення результативності бізнес-процесів; по-друге, оцінювання має охоплювати різні сфери діяльності підприємства. З огляду на це запропоновано методику оцінювання та підвищення ефективності бізнес-процесів підприємства.

Запропонована методика оцінювання ефективності бізнес-процесів підприємства – включає дев'ять етапів. На першому етапі на початку звітного періоду встановлюються планові, а в кінці звітного періоду (період залежить від специфіки діяльності підприємства, цілей підприємства, вимог споживачів) визначаються фактичні значення за визначеними критеріями оцінювання ефективності бізнес-процесів підприємства. На другому етапі визначаються вагові коефіцієнти критеріїв за кожним бізнес-процесом експертним шляхом (метод «нарад») за формулою:

$$\alpha = \left(\sum_{i=1}^N A \right) / N, \quad (1)$$

де α – ваговий коефіцієнт критерію;

A – оцінка, дана i -м експертом;

N – кількість експертів.

На третьому етапі розраховуються відносні одиничні критерії бізнес-процесів відповідно до планових і фактичних значень критеріїв за формулою:

$$K_i = \frac{X_n}{Y_n}, \quad (2)$$

де K_i – відносний одиничний i -й критерій бізнес-процесу;

X_n – фактичне значення критерію;

Y_n – планове значення критерію.

На четвертому етапі визначаються інтегральні показники ефективності бізнес-процесів підприємства методом зваженої суми оцінок критеріїв з урахуванням вагових коефіцієнтів і відносних одиничних критеріїв за формулою:

$$P_{\text{пр}} = \sum_{i=1}^n K_i \alpha_i, \quad (3)$$

де K_i – одиничний відносний i -й критерій процесу;

α_i – ваговий коефіцієнт критерію;

n – кількість критеріїв.

На п'ятому етапі визначається рівень результативності бізнес-процесу за модифікованою шкалою Е. Харрінгтона, яка дозволяє визначити рівні результативності бізнес-процесів з урахуванням отриманих результатів які потрапляють в числові інтервали. Залежно від рівня ефективності бізнес-процесу, можливі наступні варіанти закономірних проявів результативності. При незначних відхиленнях (0,8-1,0) результативність бізнес-процесу порушується на невелику величину від запланованої, це означає, що бізнес-процес досить тривалий час може ефективно функціонувати. У випадках, якщо відбулося значне відхилення (0,0-0,37), необхідне прийняття відповідних заходів у вигляді розробки бізнес-процесів, коригувальних дій та інших заходів, спрямованих на відновлення необхідного рівня ефективності.

На шостому етапі проводиться ранжування бізнес-процесів за ступенем важливості. Так як, процеси мають різний вплив на досягнення стратегічних цілей підприємства їх необхідно ранжувати за ступенем важливості. З цієї метою доцільно використовувати метод аналізу ієрархій Т. Сааті, в основі якого лежать парні порівняння альтернатив за дев'ятибальною шкалою (від 1 до 9 балів). Ранжування бізнес-процесів проводять експерти, порівнюючи бізнес-процеси між собою. Отримані в результаті розрахунків нормовані суми, приймаються в якості вагових коефіцієнтів бізнес-процесів.

На сьомому етапі визначається результативність системи бізнес-процесів підприємства відповідно до показників результативності та вагових коефіцієнтів бізнес-процесів за формулою:

$$P_{\text{сист}} = \sum_{j=1}^n (P_{\text{пр}j} m_j), \quad (4)$$

де $P_{\text{пр}j}$ – результативність j -го процесу;

m_j – ваговий коефіцієнт j -го процесу;

n – кількість бізнес-процесів.

На восьмому етапі визначається рівень ефективності системи бізнес-процесів за шкалою Е. Харрінгтона. На завершальному етапі оцінювання приймаються рішення з подальшого управління бізнес-процесів підприємства. Для цього розробляються заходи для поліпшення з подальшим контролем і аналізом виконання.

УДК 005.35:659.12

В.О. Осташова, канд. юрид. наук, доц. (ПДАА, Полтава)

Є.С. Білібін, магістрант (ПДАА, Полтава)

А.В. Рубель, магістрант (ПДАА, Полтава)

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ FACEBOOK ЯК ЕЛЕМЕНТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сталий розвиток підприємства забезпечується, зокрема, реалізацією політики корпоративної соціальної відповідальності. Провідне місце в останній займають соціальні та екологічні ініціативи. Передумовою для формування соціальної відповідальності є корпоративна культура. Таким чином, можемо зробити умовивід про залежність сталого розвитку підприємства від рівня його корпоративної культури.

Для дослідження нами було обрано підприємство, яке має досвід ведення соціально-відповідального бізнесу – ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» Шишацького району Полтавської області, що входить до складу агрохолдингу «Астарт-Київ». Підприємство і холдинг мають свої сайти, на яких висвітлюються, зокрема, й заходи що сприяють розвитку елементів корпоративної культури і свідчать про високий рівень корпоративної соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів. В рамках ініціативи «Глобальний договір ООН» з 2013 року на сайті оприлюднюються звіти зі сталого розвитку. Проте, з великої кількості компаній, що входять до холдингу, лише одна ТОВ «Хмільницьке» має свою сторінку у соціальній мережі Facebook. У той же час, при сучасному стані розвитку інформаційного суспільства, при можливостях значного і швидкого поширення необхідних дани на різних стейкхолдерів не використати такий ресурс для досягнення цілей компанії означає втратити конкурентну перевагу.

У тому числі, мережа Facebook може слугувати платформою для ефективного брендингу, зокрема, у частині формування позитивного