

Бизнес-инжиниринг

Лекция 3. Бизнес-процессы: понятие, определения

Ассоц.проф.каф.МиМЭ, к.т.н.
Султанбекова Жанат Женсикубаевна
z.sultanbekova@satbayev.university
87019303771

План

1. Процессный подход
2. БП как объект управления
3. БП как производственный проект
4. БП как маркетинговый процесс
5. БП как процесс стратегического управления

Процессный подход-важнейший признак совершенного управления

- Методология структурного анализа и проектирования сложных систем- SADT- Structured analysis and design technique
- В настоящее время федеральный стандарт США IDEF
- 1988 г.- Включен в модель премии М.Болдриджа
- 1991 г.- Модель совершенного бизнеса Европейской премии качества

Процесс -

- последовательная смена в развитии явлений, состояний, изменений.
- образующая систему и имеющая функцию достижения цели последовательность поведения (Р.Акофф)
- всякая работа выполняется как процесс (ИСО 9004:96)
- это организация ресурсов и организационная деятельность.

Бизнес-процесс –

- ресурсы, необходимые для функционирования процессов с заданной эффективностью и результативностью
- средства и способы достижения запланированных результатов и установленных целей
- процедуры управления изменениями процессов
- порядок действий и принятия решений в случае появления несоответствий и сбоев в процессе

БП как объект управления

- Выступает как производственный процесс, инновационный, маркетинговый, процесс создания новых ценностей, антикризисного управления



БП как производственный процесс

- Производственный процесс- совокупность организованных в определенной последовательности процессов труда и естественных процессов, необходимых для производства продукции

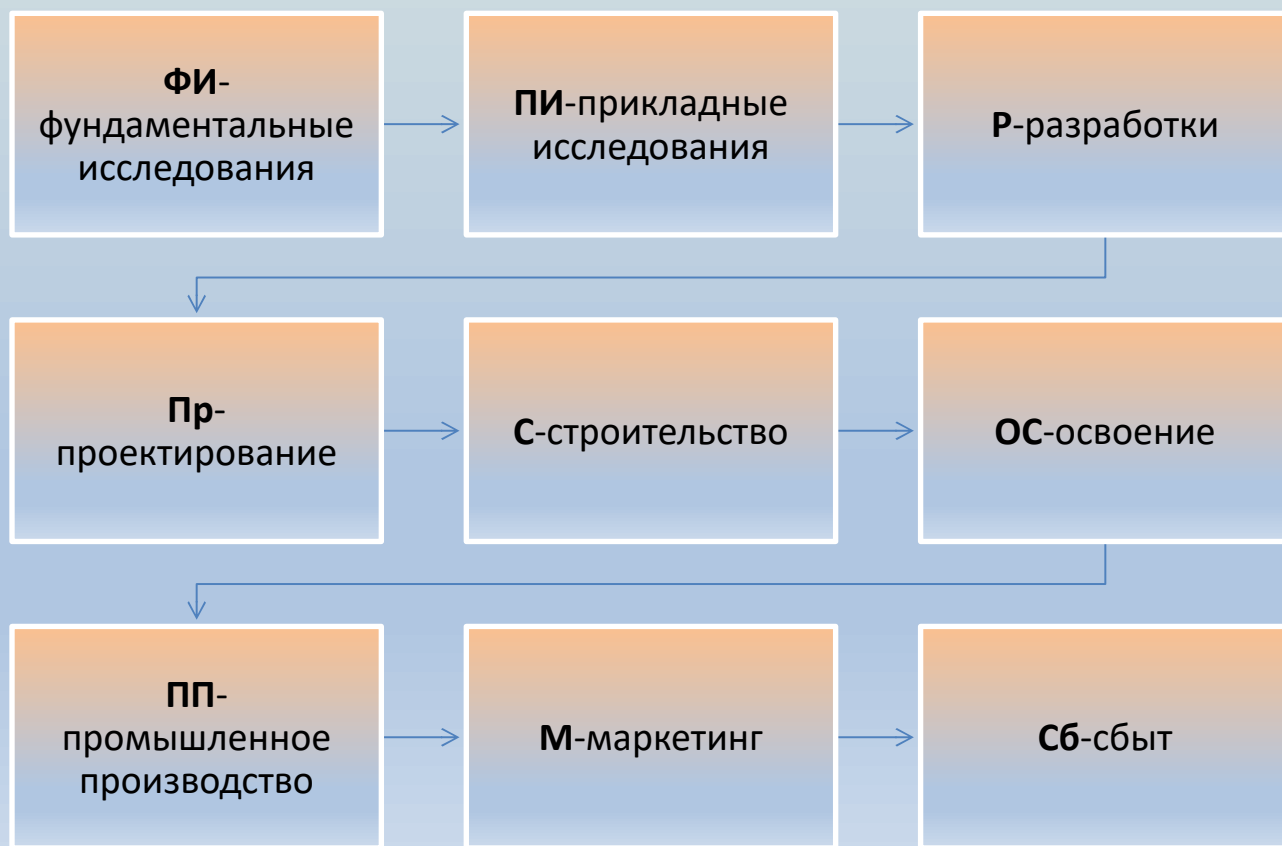
БП как маркетингов ый процесс

Маркетинговый
процесс- подготовка,
тщательный анализ,
подробное
планирование,
регулярные обзоры
и строго
управляемая
реализация



БП как инновационный процесса

- Инновационный процесс-
последовательность действий от
зарождения идеи до практического
применения.



БП как процесс создания новых ценностей

- связан с удовлетворением запросов потребителей
- Ориентирован на конкретного потребителя
- Требования потребителей должны быть учтены на входе в процесс и при выполнении всех работ, чтобы создать ценность для потребителя на выходе процесса

БП как процесс создания новых ценностей

Потребитель - всегда самое важное звено процесса



БП как процесс антикризисного управления

- Необходим для обеспечения жизнедеятельности организации и проведения антикризисных мероприятий
- Направлены на организационное совершенствование

БП как процесс стратегического управления

- Стратегия-комплексный план осуществления миссии организации и достижения ее целей
- Стратегия-процесс принятия и осуществления различных решений, основанных на сопоставлении ресурсного потенциала с возможностями и угрозами внешней среды
- Главная стратегическая задача-модернизация и существенное повышение эффективности бизнеса посредством комплексной программы реинжиниринга

БП как процесс достижения конкурентоспособности организации

- Используются концепции-JIT-точно в срок
- TQM-глобальное управление качеством
- Реинжиниринг БП
- Это- средства достижения устойчивого конкурентного преимущества

БП- инжиниринг и реинжиниринг

- BRP-Business process reengineering-реинжиниринг бизнес-процессов
- Инжиниринг-инженерно-консультационные услуги, связанные с подготовкой производственного процесса и обеспечения нормального хода процесса производства и реализации продукции

БП- инжиниринг и реинжиниринг

- Цель инжиниринга-повышение эффективности производства на основе известных науке и практике достижений инженерной науки
- Реинжиниринг-инновационный процесс, направленный на перепроектирование бизнеса для достижения значительного, скачкообразного улучшения деятельности предприятия

Литература

1. *Громов, А. И.* Управление бизнес-процессами: современные методы : монография / А. И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт ; под редакцией А. И. Громова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-03094-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432861>
2. *Фролов, Ю. В.* Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 154 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437776>
3. *Долганова, О. И.* Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 289 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00866-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433143>
4. *Каменнова, М. С.* Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 282 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431307>