

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аминова З.С.

*магистрант 2-го курса направления «Экономика»,
ФГАОУ ВО ТюмГУ,
Тюмень, Россия*

Аннотация

В статье рассмотрены особенности малых предприятий, понятия системного анализа и бизнес-процессов. Обоснована необходимость проведения системного анализа бизнес-процессов малых предприятий. Разработан и представлен алгоритм подобного анализа.

Ключевые слова: малое предприятие, бизнес-процесс, системный анализ, эффективность, алгоритм.

SYSTEM ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES OF SMALL ENTERPRISES

Aminova Z.S.

*A candidate for a Master's degree
course of the second direction of the economy
FSAEI HE TSU,
Tyumen, Russia*

Annotation

In the article features of small enterprises, concepts of the system analysis and business processes are considered. The necessity of conducting a systematic analysis of business processes of small enterprises is substantiated. An algorithm for such analysis is developed and presented.

Keywords: small enterprise, business process, system analysis, efficiency, algorithm.

Почему именно малые предприятия?

Начнем с понятия, что такое «малое предприятие».

Согласно Федеральному закону "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (с изменениями от 03.07.2016), малое предприятие - это юридическое или физическое лицо, чьи доходы не превышают 800 млн. рублей в год, среднесписочная численность работников не превышает 100 человек в год, а доля участия в УК обычных юр. лиц составляет не более 49%, гос. образований и общественных и религиозных организаций и фондов не более 25%, а доля участия в УК юр. лиц, являющихся субъектами малого предпринимательства, не ограничена.[1]

Малый бизнес является важнейшим элементом рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство.

Малый бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Малые предприятия обладают особенностями, которые выгодно отличают их от среднего и крупного бизнеса и эти же особенности обуславливают специфику их анализа:

- Большая свобода в принятии управленческих решений (по сравнению с инертным крупным бизнесом). В условиях постоянно меняющегося рынка вносить коррективы в деятельность небольшой фирмы гораздо проще и дешевле.

- Большой контроль производственного процесса и быстрая адаптация продукта (услуг) к потребностям клиентов. Правильно и своевременно реагируя на запросы потребителя, руководство фирмы может обеспечить ей конкурентное преимущество.

- Быстрота коммуникации в пределах фирмы. Чем меньше организация, тем проще и оперативнее осуществляется руководство персоналом, обсуждение решений и их реализация. Более того, малые фирмы тесно связаны с партнёрами. То же касается и отношений между сотрудниками. В некоторых случаях это идет на пользу организации,

особенно когда дело касается поиска новых контактов и возможностей получения прибыли.

– Игнорирование определенных формальностей в маленьком коллективе упрощает взаимодействие между работниками. Следствием этого являются позитивные результаты и быстрая отдача.

Таким образом, важная роль малых предприятий в рыночной экономике и их специфические особенности обуславливают важность и необходимость проведения их анализа с целью разработки эффективных рекомендаций по повышению качества и результативности их деятельности для увеличения темпов экономического роста региона.

Зачем проводить именно системный анализ?

Во-первых, системный анализ – это методология теории систем, заключающаяся в исследовании любых объектов, представляемых в качестве систем, проведении их структуризации и последующего анализа. Главная особенность системного анализа заключается в том, что он включает в себя не только методы анализа, но и методы синтеза.

Главная цель системного анализа – обнаружить и устранить ошибки, приведшие к проблеме, на основе поиска наилучшего решения из существующих альтернатив.[3]

Во-вторых, исходя из особенностей малых предприятий, анализ их деятельности может проводиться только комплексно, так как у предприятий малого бизнеса, в большинстве своем, нет отдельных структурных подразделений, которые бы отвечали за конкретным процессом в организации как, к примеру, у крупного бизнеса, где на каждый отдельный процесс есть специально выделенное подразделение (отдел, департамент, команда, и т.д.) для его исполнения и контроля. Поэтому, если у крупного бизнеса происходят проблемы, например, с продажами, то анализируется работа отдела продаж и разрабатываются рекомендации по повышению уровня продаж, но если такое происходит у малого предприятия, то ему необходимо проверить полностью все процессы, так как проблемы могли возникнуть в любом процессе

предприятия. Единственное, что радует в такой ситуации так это то, что небольшие размеры малых предприятий позволяют им проводить комплексный анализ в короткие сроки.

Теперь рассмотрим понятие «бизнес-процесс».

В литературе встречается, по меньшей мере, несколько десятков определений понятия «бизнес-процесс», но в целях данного исследования мы будем определять понятие «бизнес-процесс» как систему последовательных, целенаправленных и регламентированных видов деятельности, в которой посредством управляющего воздействия и с помощью ресурсов входы процесса преобразуются в выходы — результаты процесса, — представляющие ценность для потребителей.

Все бизнес-процессы организации подразделяют на основные, сопутствующие, вспомогательные, обеспечивающие, процессы управления и процессы развития.[2]

Бизнес-процесс – это, по сути, графическое описание хозяйственной деятельности организации. Именно поэтому удобнее анализировать именно бизнес-процессы, так как бизнес-процесс – это длинная логистическая цепочка взаимосвязанных действий, нацеленных на преобразование входов в выходы процесса и ее проще моделировать. Эти цепочки контролируются определенными сотрудниками из разных отделов (департаментов и пр.).

Когда мы начнем строить модель цепочки бизнес-процесса и учитывать все присутствующие в ней элементы, то получится довольно длинная и громоздкая конструкция, каждую деталь которой необходимо уточнять у разных людей. Такая ситуация совершенно нормальна для предприятий среднего и крупного бизнеса. Однако у предприятий малого бизнеса складывается иная ситуация, которую создает их специфические особенности, выделенные ранее:

во-первых, цепочки их бизнес-процессов более короткие, чем на крупных предприятиях, так как «путь» от входа к выходу обеспечивается меньшим количеством ресурсов;

во-вторых, они выражены не четко, т.е. процессы жестко не регламентированы и не забюрократизированы, за счет чего они более гибкие и их проще усовершенствовать, изменить или заменить;

в-третьих, за счет малого количества сотрудников, некоторые внутренние процессы могут осуществляться разными сотрудниками (на крупных предприятиях за каждый процесс отвечает конкретный человек либо отдел, департамент и т.д.) и каждый сотрудник знает все процессы, протекающие на предприятии.

Соответственно, анализ бизнес-процессов на малом предприятии отличается от анализа на крупном или среднем предприятии. Главное отличие заключается в том, что, если на крупном или среднем предприятии ведется постоянный контроль за эффективностью процессов и есть возможность менять или совершенствовать только определенные процессы, то на малом предприятии необходим анализ всех процессов. Поэтому для малого предприятия наиболее эффективным будет именно системный анализ бизнес-процессов.

Теперь рассмотрим алгоритм проведения системного анализа бизнес-процессов малых предприятий:

1. Организационно-производственный анализ предприятия. Здесь, в первую очередь, анализируется организационная структура предприятия: организационно-правовая форма, условия приема на работу, как организовано управление, функциональные обязанности сотрудников. Далее, анализируются производственные процессы на предприятии: составляется логистическая схема и цепочки бизнес-процессов, указываются включенные в этот процесс сотрудники, расписываются их обязанности в той или иной цепочке, делаются выводы об эффективности организации бизнес-процессов и составляются предварительные рекомендации по ее улучшению.

2. Маркетинговый анализ предприятия:

- анализ рынка: общая характеристика рынка, сегментирование рынка, популярные продукты (услуги), актуальные проблемы и

перспективы рынка, маркетинговая стратегия (SWOT-анализ, STEP-анализ, тест-анализ и т.д.), анализ продукта или услуги, выделение потребителя, выделение основных конкурентов и их сравнение с самим предприятием.

- анализ ценообразования: из чего состоит стоимость продукта (услуги), возможность ценовой дискриминации на рынке, изменение структуры стоимости для увеличения прибыли, возможности снижения цены для прироста продаж, возможности продуктовой инновации и т.д.

- анализ систем продвижения на предприятии: методы, используемые предприятием для продвижения своих продуктов (услуг).

- анализ позиционирования предприятия: наличие уникального предложения, отличие от конкурентов, степень эффективности систем продвижения предприятия, уровень узнаваемости предприятия и т.д.

- выводы об эффективности маркетинговой политики предприятия и предварительные рекомендации по ее улучшению.

3. Финансовый анализ предприятия:

- анализ издержек: структура и динамика издержек, структура и эффективность использования основных средств, структура капитала и т.д.

- анализ рентабельности предприятия.

- выводы об эффективности управления финансами на предприятии и предварительные рекомендации по улучшению.

4. Обобщаются все выводы и предварительные рекомендации.

Анализируется возможность применения предложенных рекомендаций.

Рекомендации корректируются и составляется план по их внедрению.

5. Проводится реинжиниринг или совершенствование бизнес-процессов предприятия.

Таким образом, системный анализ позволяет построить модели бизнес-процессов предприятия, выявить все их преимущества и недостатки, провести

улучшения в деятельности предприятия и увеличить их конкурентные преимущества.

Библиографический список:

1. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (с изменениями от 03.07.2016) – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/
2. Варзунов А. В., Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнес-процессами // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО – 2016. –112 с.
3. Волкова, В. Н. Теория систем и системный анализ: учебник для академического бакалавриата / В. Н. Волкова, А. А. Денисов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт – 2014. — 616 с.