

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Управление бизнес-процессами как способ повышения конкурентоспособности компании

Юрлова Анастасия Александровна

Аспирант

МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: anix_4u@mail.ru

Современный рынок является открытым и глобальным, на нем обращаются и конкурируют между собой миллионы товаров различных отраслей, и все чаще традиционные методы ограничения глобальной конкуренции в целях защиты местных производителей оказываются неэффективными. Пошлины, стандартизационные и лицензионные требования, государственные финансовая и налоговая поддержки все тяжелее противостоят глобальному потоку товаров. Рынок трансформируется, и каждый участник ищет свою нишу и конкурентное преимущество, и уже с гигантскими монополиями конкурируют средний и малый бизнес.

Конкуренция усиливается, формируются новые международные рынки, и глобальными становятся не только товары, но и, благодаря интернету и телекоммуникациям, услуги, которые занимают 20% объема мировой торговли [1]. Так, быстрый рост переживают рынки развлекательных, образовательных, информационных и других контент – услуг, а также рынки посреднических, сервисных, финансовых, консультационных услуг. На смену традиционным магазинам приходят не просто интернет - магазины, но интернет - площадки, позволяющие связывать между собой единичного продавца и единичного покупателя вне зависимости от их местонахождения в мире. На роль крупнейшей мировой интернет - площадки претендует китайская Алибаба Групп, товарооборот которой превышает совокупный товарооборот американских площадок Амазон и Ебей, и к 2016 году обещает превзойти товарооборот крупнейшей розничной сети в мире Волмарт [3].

Видоизменяются и формы конкуренции: ценовая конкуренция остается, но роль её снижается, в то время как значение неценовой конкуренции растёт: ассортимент, доступность, сроки доставки, сервис, способы оплаты, информационное обеспечение и реклама, позиционирование и имидж продукта, а также отзывы и мнение других покупателей, - все имеет значение.

Потребности клиентов и рыночной среды организации влияют на формирование стратегии, операционных планов, бизнес - модели компании, а бизнес – модель, в свою очередь, диктует принципы организации труда и основы построения структуры компании. Для выживания в условиях современного рынка и для достижения конкурентного преимущества бизнесу требуются новые инструменты и новые формы организации работы. Одним из современных решений является процессный подход и процессное управление. Представление организации как совокупности процессов получило научное оформление в 90-х годах XX века, в частности с выходом книги-бестселлера М. Хаммера и Дж. Чампи «Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе». В следующие двадцать лет идеи процессного управления были восприняты повсеместно,

переработаны, в том числе, на межгосударственном уровне и закреплены в международных стандартах управления (ИСО).

Процессный подход, менеджмент процессов, направленный на получение желаемого результата, находит применение практически во всех областях экономики, поскольку позволяет добиваться коренных улучшений: роста производительности труда, уменьшения издержек, повышения управляемости, и в целом роста конкурентоспособности бизнеса. Организация, построенная на принципах процессного подхода, более адаптивна и полностью ориентирована на потребности клиентов.

Согласно оценкам экспертов Международного экономического форума, Россия занимает 64 место по уровню конкурентоспособности [2]. В частности продвинулся выше, согласно проведенной экспертизе, стране мешают нехватка инноваций, недостаток финансовых ресурсов, низкий уровень производительности труда и большой объем ограничений на международную торговлю. Россия в целом отстает от мировых тенденций развития торговли, а на более локальном уровне можно отметить невысокое качество многих российских продуктов и услуг, низкий уровень сервиса и клиентоориентированности. Но главным аспектом специалисты обозначают недостатки российской управленческой и бизнес культуры, недальновидность менеджмента и, соответственно, большой потенциал для качественного роста.

На российском рынке процессное управление как продукт также востребовано многими организациями, но зачастую получаемый эффект от внедрения процессной методологии не соответствует ожиданиям. В частности, российский менеджмент сталкивается с рядом теоретико-методологических сложностей и практических проблем, для которых продолжает осуществляться поиск решений.

В ходе исследования было выявлено, что процессное управление позволяет использовать организационный, финансовый, культурный, управленческий потенциал компании для повышения конкурентоспособности бизнеса. Рост рынков, их открытость и постоянный обмен лучшими идеями ведут к непрерывному усилению конкуренции. Российскому бизнесу для выживания во всё более усложняющейся и конкурентной внешней среде необходим качественный рост, в том числе через новые управленческие технологии, среди которых важен и актуален процессный подход.

Литература

1. Конференция ООН по торговле: <http://www.finmarket.ru/main/article/3244103>.
2. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2013–2014. Switzerland, Geneva, 2013.
3. Alibaba Is A Threat To Amazon, eBay, Walmart And Everyone Else: <http://www.forbes.com/sites/walterloeb/2013/07/24/alibaba-a-threat-to-amazon-ebay-walmart-and-everyone-else>.