

УДК 658, 004.9

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Дзусова И.Г.

*студентка 3 курса, направления подготовки «Бизнес-информатика»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Владикавказский филиал
Россия, Владикавказ*

Волик М.В.

*кандидат физико-математических наук
старший преподаватель кафедры «Математика и информатика»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Владикавказский филиал
Россия, Владикавказ*

Аннотация

В данной работе проведён полный анализ бизнес-процессов и деятельности предприятия на примере автосервиса. Был разработан алгоритм проведения данного анализа и визуализированы его составляющие с помощью прикладных инструментов программы MsVisio 2013.

Ключевые слова: бизнес-процесс, карта бизнес-процессов, дерево целей, дерево проблем, дерево стратегий, SWOT-анализ, информационные технологии, MsVisio.

FEATURES OF THE ANALYSIS OF THE ORGANIZATION AND ITS BUSINESS PROCESSES

Dzusova I.G.

3rd year student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Vladikavkaz branch*

Russia, Vladikavkaz

Volik M.V.

candidate of physical and mathematical sciences

Senior Lecturer, Department of Mathematics and Computer Science

Financial University under the Government of the Russian Federation,

Vladikavkaz branch

Russia, Vladikavkaz

Annotation

In this work, a complete analysis of the business processes and activities of the enterprise on the example of a car service. An algorithm for carrying out this analysis was developed and its components were visualized using application tools of the MsVisio 2013 program.

Keywords: business process, business process map, goal tree, problem tree, strategy tree, SWOT analysis, information technology, MsVisio.

Анализ деятельности организации проводится в связи с необходимостью оценки эффективности ее деятельности, в том числе с целью повышения эффективности управления и совершенствования бизнес-процессов. [1] В настоящее время в большинстве организаций используются современные информационные, сетевые, мобильные, облачные технологии, позволяющие автоматизировать разные бизнес-процессы. Однако, в условиях цифровизации экономики возникает необходимость постоянного контроля и оценки эффективности деятельности организации по разным показателям. [2] Кроме того, происходит совершенствование бизнес-процессов и деятельности компаний в целом, в том числе расширение и перепрофилирование. В связи с этим возникает необходимость в комплексном анализе деятельности и описании бизнес-процессов «как есть», а также разработка концепции «как должно быть». Целью данной работы является исследование особенностей анализа деятельности компании и ее бизнес-процессов на примере

автосервиса. Актуальность работы обусловлена необходимостью разработки алгоритма проведения требуемого анализа. Для визуализации анализа деятельности и бизнес-процессов автосервиса использовались инструменты прикладной программы MsVisio 2013.

Для проведения комплексного анализа, отражающего реальное положение дел, необходимо отразить цель, миссию и стратегию компании.

Целью компании принято считать некоторый ожидаемый результат или ожидаемое состояние какого-либо объекта (компании, показателей деятельности, направления деятельности и т.д.). Наиболее эффективным методом в планировании задач является метод дерева целей. Дерево целей представляет собой совокупность целей компании, структурированных по уровням (иерархия, ранжирование). [4] Иными словами, это визуализация достижения главной цели за счет совокупности дополнительных и второстепенных целей. Изображение планов компании в виде схемы позволяет руководству компании выявить вероятные проблемы в будущем для достижения главной цели.

Для комплексного анализа деятельности компании используют «дерево целей» объекта («дерево желаний»); «дерево проблем» объекта; «дерево целей» субъекта; «дерево стратегий» («дерево решений»).

В первую очередь строится «дерево целей» объекта, в котором отражаются основные пожелания по существованию и развитию исследуемого объекта. Затем их декомпозируют наиболее детально с позиции удовлетворения главных целей. Следующим этапом необходимо проанализировать проблемы в удовлетворении желаний и потребностей исследуемого объекта. Строится «дерево проблем», декомпозируемых ключевых проблем. Затем составляется «дерево целей» с точки зрения субъекта, отражающее позиции «дерева проблем». В заключении, «дерево

целей» дополняется стратегиями (вариантами) решения поставленных проблем, т.е. формируется «дерево стратегий». [10]

На рисунке 1 приведено «дерево целей» для автосервиса.



Рисунок 1. «Дерево целей» автосервиса

Основной целью автосервиса является увеличение прибыли. Для ее достижения необходимо уменьшить расходы и увеличить доходы. Последнее возможно путем привлечения новых покупателей, а уменьшить расходы поможет автоматизация ведения учёта клиентов. [3]

На рисунке 2 показано «дерево проблем» для автосервиса.

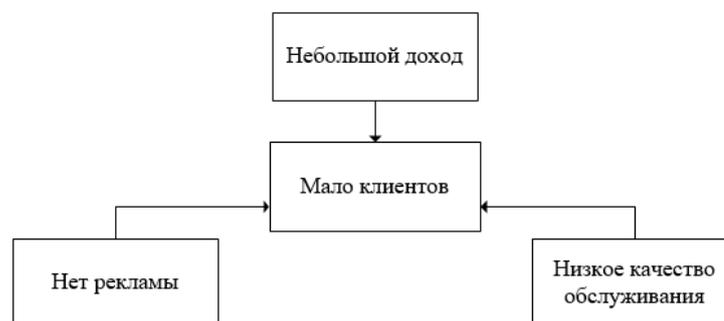


Рисунок 2. «Дерево проблем» автосервиса

Основной проблемой, препятствующей достижению главной цели компании (достижение прибыли), является отсутствие клиентов, обусловленное низким качеством обслуживания и нехваткой рекламы, что в

свою очередь приводит к низкому доходу. [6] Такое положение вещей в компании обусловлено рядом причин: мало покупателей, что связано с отсутствием рекламы; услуги неконкурентоспособны на рынке в силу того, что они не лучшего качества.

На рисунке 3 изображено «дерево целей» с вариантами стратегий для автосервиса.

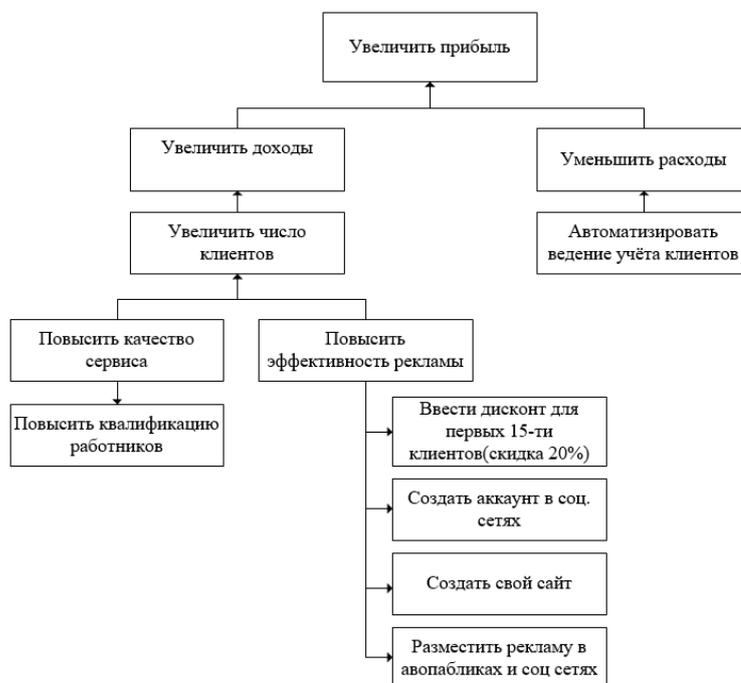


Рисунок 3. «Дерево стратегий» автосервиса

Как было указано выше, главной целью автосервиса является увеличении прибыли. Подцелями здесь являются уменьшение расходов и увеличение доходов. Уменьшить расходы можно посредством автоматизации ведения учёта клиентов, что, в свою очередь, достигается с помощью внедрения новой информационной системы. [5]

Увеличить доходы можно двумя способами:

1) Повысить квалификацию работников, для этого можно отправить их на курсы повышения квалификации. Повышение квалификации позволит значительно увеличить качество оказываемых услуг.

2) Параллельно рекомендуется работать над совершенствованием маркетинговой составляющей, что позволит увеличить число клиентов, а значит увеличить доходы и увеличить прибыль.

На основании проведенного анализа деятельности компании были выбраны стратегии (средств достижения целей), представленные на рисунке 4.

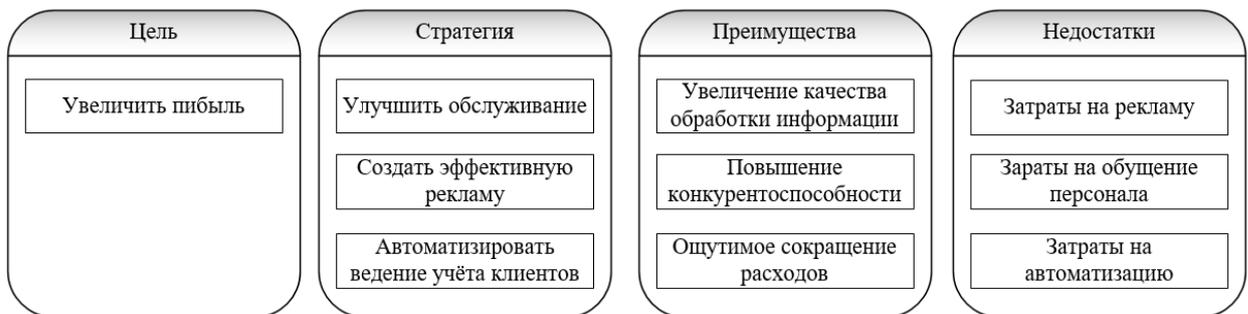


Рисунок 4. Стратегии компании

Основная цель организации, т. е. увеличение прибыли, достигается при осуществлении следующих стратегий: улучшение обслуживания; создание эффективной рекламы; автоматизирование ведения учёта клиентов.

Преимуществами реализации данных стратегий являются: повышение качества обработки информации, повышение конкурентоспособности, ощутимое сокращение расходов. [8] Однако есть и недостатки: затраты на рекламу, затраты на обучение персонала и автоматизацию.

Также анализ деятельности организации был проведён с помощью SWOT-анализа, представленного в таблице 1. SWOT-анализ – метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие. Все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы). Метод включает определение цели проекта и выявление внутренних и внешних факторов, способствующих её достижению или осложняющих его.

Таблица 1. SWOT-анализ автосервиса

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Законодательное регулирование, защита от недобросовестной конкуренции - В условиях кризиса снижается конкуренция(выживают сильнейшие организации) - Сотрудничество с иностранными поставщиками - Появление новых технологий, позволяющих ускорить и удешевить производственный процесс - Изменение конъюнктуры рынка(изменение спроса и предложения, а также в колебании цен) - Уход с рынка фирм-конкурентов - Увеличение числа новых клиентов за счёт качественного обслуживания 	<ul style="list-style-type: none"> - Неблагоприятная налоговая политика - Увеличение уровня инфляции - Безработица - Санкции ведут к росту цен - Падение спроса - Жесткая конкуренция
Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Стабильное финансовое состояние предприятия - Высококвалифицированный персонал - Регулярное проведение тренингов и обучение специалистов - Единая униформа - Известный бренд - Слаженность коллектива - Качество обслуживания - Широкий ассортимент услуг - Доступные цены - Комплексное обслуживание - Оперативность работы - Предоставление гарантий - Наличие оборудования - Чистота сервисного центра 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостачи - Фальшивые купюры - Текучесть кадров - Большие очереди - Задержка поставок запчастей - Маленькая территория

Наибольшее влияние на деятельность компании оказывает внешняя среда – совокупность факторов (условий и организаций), оказывающих воздействие на деятельность фирмы. [7] Внешняя среда автосервиса представлена на рисунке 5.



Рисунок 5. Внешняя среда автосервиса

Автосервис в процессе осуществления своей деятельности взаимодействует со следующими представителями внешней среды: потребители, транспортные компании, банки, поставщики, конкуренты, законы и органы государственного регулирования и контроля.

Важным этапом анализа деятельности компании является формирование карты бизнес-процессов. Бизнес-процесс в деятельности компании – это взаимосвязанный комплекс работ, структурированный набор действий, который осуществляется по заданным требованиям и обеспечивает достижение необходимого конечного результата. Создание карты бизнес-процессов – один из наиболее эффективных подходов к оптимизации бизнес-процессов. [9] Карта бизнес-процессов автосервиса представлена на рисунке 6.



Рисунок 6. Карта бизнес-процессов

Карта бизнес-процессов визуально отражает все бизнес-процессы компании, что значительно облегчает их анализ с целью совершенствования.

Таким образом, в результате исследования получено, что для проведения эффективного анализа деятельности компании и разработки актуальных рекомендаций по инжинирингу руководству компании и/или

специалистам по бизнес-процессам необходимо разработать «дерево целей», «дерево проблем», «дерево стратегий», SWOT-анализ и карту бизнес-процессов. Все подготовленные документы позволят наглядно представить имеющиеся задачи и пути их решения. Кроме того, предоставленная информация может быть использована в качестве основы описания бизнес-процессов компании с использованием нотаций «как есть» и «как должно быть».

Библиографический список:

1. Абалдова С.Ю. Подходы к оценке эффективности бизнес-процессов // Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – 2017. – № 40. – С. 22-24.
2. Билалова И.М., Сулейманова Д.Б. Проблемы оценки эффективности бизнес-процессов и пути их решения // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 5. – С. 131-136.
3. Бондаренко А.С., Ярыгин П.К. Информационные технологии в бизнес-процессах международной торговли // Дневник науки. – 2019. – № 6 (30). – С. 26.
4. Бусоедов И.А., Гребенюк Т.А. Бизнес процессы в организации // Синергия Наук. – 2017. – № 11. – С. 543-547.
5. Волик М.В. Особенности автоматизации управления предприятием путем внедрения информационных систем // Экономика и предпринимательство. – 2017. № 9-2 (86). – С. 733-736.
6. Волик М.В. Цифровая экономика и информационные технологии в управлении компаниями // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2018. – № 6 (103). – С. 173-175.
7. Герасимова Л.Н. Современный инструментарий управления бизнес-процессами компании // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – Т. 3. – № 1. – С. 45-50.

8. Дзусова И.Г. Влияние информационных технологий на экономику // Вектор экономики. – 2019. – № 1 (31). – С. 50.

9. Дзусова И.Г. Разработка модели информационной системы автомастерской // Молодой исследователь: вызовы и перспективы Сборник статей по материалам LXXIX международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 85-89.

10. Степура М.А. Моделирование бизнес-процессов. описание процессов с помощью блок-схем // Дневник науки. – 2019. – № 1 (25). – С. 46.

Оригинальность 88%