

Воробьёва Елизавета

Студент 4 курса специальности «Менеджмент»

Научный руководитель: **Латушко М.И.**,

к.в.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Белорусский государственный аграрный

технический университет, г. Минск

ПРОЦЕССНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Процессно-ориентированное управление взяли на вооружение те организации, которые максимально быстро могут изменяться в зависимости от условий внешней среды. Обычно организации, реализующие строгие правила разделения и сегментации труда (в соответствии с воззрениями А. Смита, Ф. Тейлора, А. Файоля, М. Вебера), не могут быть достаточно гибкими в силу специфики структуры управления, требующей значительных затрат на передачу информации с уровня исполнения до уровня среднего и высшего менеджмента.

Деловые процессы или бизнес-процессы составляют основу деятельности любой организации. Они определяются целями и задачами деятельности организации. Сущность процессно-ориентированного подхода заключается в том, что каждый менеджер обеспечивает жизнедеятельность конкретных бизнес-процессов, непосредственно участвуя в них. Современная процессно-ориентированная организация представляет собой совокупность функциональных подразделений, с одной стороны, и совокупность бизнес-процессов – с другой.

Важнейшей задачей менеджмента организации является разработка оптимальных бизнес-процессов и постоянное их совершенствование. Эти процедуры выполняются с помощью инжиниринга и реинжиниринга. Инжиниринг бизнес-процессов начинается со стратегического корпоративного планирования. На этом этапе определяются группы продуктов/услуг и базовые

корпоративные процессы. Продукты/услуги, разумеется, создаются в результате реализации процессов, а необходимые бизнес-процессы разрабатываются с учетом особенностей данного вида деятельности [2].

Выделяют следующие этапы перехода организации на процессно-ориентированное управление: проектирование или инжиниринг бизнес-процессов организации; управление и мониторинг бизнес-процессов; автоматизация бизнес-процессов с помощью систем класса Workflow; полномасштабная информационная поддержка с внедрением комплексных автоматизированных систем, баз данных и пр.

В процессе планирования и управления бизнес-процессами появляется необходимость и достаточно явственными становятся причины для проведения реинжиниринга. Реинжиниринг – это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений в решающих, современных показателях деятельности организации, таких, как стоимость, качество, сервис и темпы [1]. Реинжиниринг необходим каждому бизнесу в той или иной мере, писали американские гуру менеджмента и сам автор термина Майкл Хаммер, который опубликовал в 1993 году труд «Reengineering the Corporation» («Реинжиниринг корпорации»).

Одним из важнейших бизнес – процессов организации в рыночных условиях является маркетинговая деятельность. Большинство специализированных овощеводческих предприятий и крупных тепличных комбинатов уже используют в своей деятельности маркетинговый подход в управлении. Финансовое состояние этих производителей напрямую зависит от того, насколько полно они могут удовлетворять запросы рядового покупателя.

В значительной степени население Республики Беларусь само обеспечивает себя овощами, поэтому только высококачественная и свежая продукция может найти устойчивый спрос у потребителей. Соответственно тепличные комбинаты стремятся повысить качество продукции, развивают фирменную торговлю и ищут новые рынки сбыта. Результаты исследований

показывают, что для повышения уровня конкурентоспособности Минской овощной фабрики необходимо выполнить реинжиниринг маркетинга. Для достижения этой цели необходимо провести маркетинговые исследования.

В результате проведения маркетинговых исследований решаются комплексно или выборочно следующие основные задачи: оценка рыночного потенциала предприятия; анализ доли рынка; изучение характеристик рынка; анализ продаж; изучение тенденций деловой активности; нахождение потенциальных потребителей, оценка их потребностей, существующего и будущего спроса; прогнозирование долговременных тенденций развития рынка; изучение деятельности конкурентов; анализ степени удовлетворенности потребителей предлагаемыми товарами.

Исходя из результатов исследований, организация может выбрать для себя более усовершенствованную концепцию маркетинга, которой она будет следовать для дальнейшего поддержания высокого уровня деловой активности организации.

Таким образом, процессно-ориентированное управление является достаточно эффективным современным инструментом управления организацией.

Список использованных источников

1. Абдикеев, Н. М., Данько, Т. П. и др. Реинжиниринг бизнес – процессов; Эксмо; Издание 2 – е, испр. – Москва, 2014. – 590 с.
2. Тельнов, Ю. Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес – процессами. Методология и технология: Учебное пособие / Ю. Ф. Тельнов, И. Г. Фёдоров. – М. Юнити, 2015. – 176 с.