

2. Можливості використання CRM-систем. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua>

3. Шовкопляс С. Как повысить конкурентоспособность при помощи CRM / С. Шовкопляс // Office – 2005. – № 3-4. С. 12-18.

УДК 330.341.1

Соловйова Т.М., магістрант
Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У практичному менеджменті існують різноманітні управлінські підходи, що дозволяють підвищити показники ефективності діяльності підприємства. Однак в умовах високо конкурентного середовища досягнення високих показників найкращим чином забезпечується за рахунок застосування реінжинірингу бізнес-процесів (Business Process Reengineering), що базується на принципах процесного підходу до управління [1, 2, 8, 9].

Суть реінжинірингового підходу аж ніяк не нова - ще на початку ХХ ст. Ф. Тейлор в своїх «Принципах» стверджував необхідність відмови від зайвих і тих, що не приносять вигоди для організації операцій. А. Файоль розробив список з 14 принципів, перший з яких стосувався розподілу праці і називався «Принцип поділу праці для того, щоб діяльність була більш продуктивною». Функціональна спеціалізація була також центральною темою у Макса Вебера, автора терміну і теорії бюрократії [6].

Вперше поняття «реінжиніринг» ввели в ужиток М. Хаммер і Дж. Чампі. Незабаром після цього була опублікована стаття, в якій пропонувався схожий підхід до організаційних змін. Т. Давенпорт і Дж. Шорт [5] називали його перепроєктування або ре дизайном бізнес-процесів і поставили в центр обговорення поняття «інновації бізнес-процесів».

Згідно ж формулюванні родоначальників цієї теорії М. Хаммера (Michael Hammer) і Дж. Чампі (James A. Champy), даної ними в книзі «Реінжиніринг корпорації. Маніфест революції в бізнесі»[3] «реінжиніринг - це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення кардинальних покращень в найважливіших сучасних показниках ефективності, таких як вартість, якість, сервіс і швидкість». У цьому визначенні можна виділити два ключових слова. Їх роз'яснення допоможе прояснити концепції, закладені в BPR.

Перше ключове слово - «фундаментальний». При проведенні реінжинірингу менеджмент будь-якої компанії повинен знайти відповіді на такі питання, як: чому ми робимо те, що робимо і чому робимо саме так?

Інші пов'язані дані - «процес». Процес мислення, що заснований на сегментації роботи на її найпростіші компоненти і на постановку завдань по їх виконанню перед членами колективу.

Реінжиніринг можна застосовувати і до самої інноваційної діяльності з метою її координації та адаптації до умов ринку.

Завдання реінжинірингу полягає в тому, щоб переконати співробітників компанії прийняти (або не боротися проти) перспективу серйозних змін.

BPR - це один з найбільш швидко розвиваються інструментів управління, який найбільш ефективний для компаній, які гостро потребують змін і покращень, особливо коли масштаб необхідних перетворень великий.

З вищевикладеного стає зрозумілим, що BPR може бути стратегією управління, за допомогою якої організації будуть економити витрати, підвищувати клієнтоорієнтованість і посилювати свою конкурентоспроможність шляхом аналізу, впровадження інновацій та перебудови існуючих бізнес-процесів.

Література

1. Bhaskar L. H. Business process reengineering: A process based management tool // Serbian Journal of Management. 2018. Т. 13. №1. С. 63-87. <https://doi.org/10.5937/sjm13-13188>

2. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology. Harvard Business Press, 1993.
3. Хаммер М., Чампі Дж. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. – СПб., 2000.
4. Laguna M., Marklund J. Business process modeling, simulation and design. Chapman and Hall/CRC, 2013.
5. Davenport T. H., Short J. E. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign // Sloan Management Review. 1990 (Summer). P. 11-27
6. Вебер М. Феодализм, «сословное государство» и патримониализм. Пер. с нем. и комментарии А. Ю. Антоновского // Ойкумена: Альманах сравнительных исследований политических институтов, социально-экономических систем и цивилизаций / Вып. 8. — Харьков, 2011. — С. 225—255.
7. Геворгян З.В. Применение реинжиниринга бизнес-процессов // Экономические исследования и разработки. 2017. №4. С. 149-156.
8. Реинжиниринг бизнес-процессов: реальные кейсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.bitrix24.ru/reinzhiniring-biznesprotsessov-realnye-keysy/>
9. Реинжиниринг бизнес-процессов: сущность и методология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/reinzhiniring-biznes-process-kompanija-sotrudniki-rukovodstvo-izmeneniya/>
10. Реинжиниринг инновационной деятельности на примере компании ОАО «МТС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econ.bobrodobro.ru/100731>
11. Хакимуллина, Я.Ф., Файзуллина А.Г. Реинжиниринг бизнес-процессов предприятия // Символ науки. 2016. №1 (1). С. 214-216.
12. Alona Melnyk, Zorina Shatska Experience of functioning of foreign business structures in a globalized space. Sustainable development under the conditions of European integration: collective monograf / [editorial board Darco

Bele, Lidija Weis, Nevenka Maher]. – Ljubliana: VSPV, Visoka skola za poslovne vede = Ljubliana Scholl of Business, 2019. – 458 p. – p. 365-378.

13. Alona Melnyk, Zorina Shatska Business structures, as new forms of institution, in context of the civil society development. Social and legal aspects of the development of civil society institutions: collective monograph. Part I. Warsaw: BMT Erida Sp.z o.o., 2019. 536 p. – p. 219-232.

УДК 658.8

Шкут Д.М. студентка, Євсейцева О.С., к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

АДАПТАЦІЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДО ОНЛАЙН-СЕРЕДОВИЩА

Ефективна політична, соціальна та підприємницька діяльність у будь-якій галузі господарства можлива лише за умов правильної, цілеспрямованої, креативної маркетингової комунікації. Нині велику частину ринку займають онлайн продажі через інтернет-магазини і маркет-плейси.

Чим розвиненіша економіка країни — тим більшим стає об'єм ринку онлайн-торгівлі. Такий вид торгівлі дозволяє уникнути витрат, властивих оффлайн торгівлі — витрати по доставці товарів зі складу в магазин і підтримку його в чистоті, друк і своєчасна заміна цінників і так далі. Присутність в Інтернет мережі забезпечить компанії додатковий приплив клієнтів.

Комплекс маркетингових комунікацій (що також називається комплексом стимулювання) складається з чотирьох основних засобів дії:

- реклама — будь-яка платна форма неособистого представлення і просування ідей, товарів або послуг від імені відомого спонсора;
- стимулювання збуту — короточасні спонукальні заходи для заохочення купівлі або продажу товару (послуги);