

Внутрішній HR-брендинг використовується для створення позитивних умов праці, що допомагає утримати працівників на даному місці роботи. Це досягається завдяки проведенню певного дослідження для майбутнього удосконалення, ефективної корпоративної політики, що досягається завдяки проведенню навчальних заходів, вечірок, покращення умов праці і тд [3].

Зовнішній HR-брендинг використовується для залучення нових працівників, тобто створення іміджу підприємства на ринку, щоб майбутній працівник обрав саме дане місце роботи. Це досягається внаслідок активних PR-компаній, реклами, презентації переваг, цінностей.

Використання того, чи іншого виду HR-брендингу має ряд переваг. Серед яких: формування позитивного іміджу підприємства серед роботодавців, що підвищує привабливість на ринку праці для майбутніх співробітників; допомагає втримати устаткований склад команди на місці роботи; ефективний інструмент, що використовується для корпоративного брендингу; засіб для залучення кваліфікованої робочої сили, що знижує витрати на навчання працівників, які тільки отримують досвід роботи. Усі вказані переваги впливають на ефективність роботи підприємства, його прибутковість, рентабельність, продуктивність праці працівників, що є основними показниками.

Отже, HR-брендинг необхідно використовувати для досягнення успіху підприємства, оскільки прямолінійно пов'язано з основними показниками.

Список літератури

1. Галайко Н. Форми і методи стимулювання персоналу для забезпечення ефективної діяльності банку. *Регіональна економіка*. 2006. № 2. С. 156 – 162.
2. Збрицька Т. HR-брендинг як інструмент управління організації : *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2010. № 14. С. 14.
3. Мокіна С. М. Особливості позиціонування бренду роботодавця. *Збірник наук. праць з актуальних проблем економічних наук «Проблеми інноваційного розвитку економіки України»*. Дніпропетровськ. 2014. № 78. Ч. 2. С. 133 – 142.

УДК 330.3

Нестеренко К. В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
групи МО – 107 М,

Національний авіаційний університет

Науковий керівник:

Білявський В. М.

канд. екон. наук, доц.,

доцент кафедри,

Національний авіаційний університет

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Реінжиніринг бізнес-процесів – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування ділових процесів для досягнення різкого, стрибкоподібного поліпшення головних фінансово-економічних показників господарської діяльності підприємства, а саме: вартість, якість, сервіс та темпи тощо.

Саме визначення категорії реінжиніринг бізнес-процесів містить такі ключові елементи, як:

1. Фундаментальний, на початковій стадії реінжинірингу необхідно відповісти на такі основні питання:

- чому підприємство робить те, що воно робить?
- чому підприємство робить це таким чином?
- яким хоче стати підприємство?

Відповідаючи на ці питання, фахівці мають переосмислити поточні правила та положення (інколи не сформульовані у письмовій формі) ведення бізнесу і часто виявляються застарілими, помилковими або недоречними.

2. Радикальний, тобто зміна всієї існуючої системи, а не лише поверхневий перетворення, тобто на початковому етапі радикального перепроєктування пропонуються зовсім нові способи виконання роботи.

3. Різкий (стрибкоподібний) реінжиніринг не застосовується в тих випадках, коли необхідне поліпшення або збільшення показників господарської діяльності підприємства на 10 – 100 %, а використовуються більш традиційні методи (від проголошення запальних промов перед співробітниками до впровадження програм підвищення якості), застосування яких не пов'язане зі значною долею ризику. Реінжиніринг доцільний тільки в тих випадках, коли потрібно досягти різкого (стрибкоподібного) поліпшення господарської діяльності підприємства (500 – 1000 % і більше) шляхом заміни старих методів управління більш новими і прогресивними [1].

Можна виділити такі типи підприємств, для яких реінжиніринг є необхідним і доцільним: підприємства, що знаходяться на межі фінансового краху в зв'язку з тим, що ціни на товари помітно вище і (або) їх якість (сервіс) є помітно нижчими, аніж у конкурентів. Якщо ці підприємства не зроблять рішучих кроків, вони неминуче збанкрутують. Та підприємства, які не мають проблем на даному етапі, і не прогнозують їх у осяжному для огляду майбутньому. Це підприємства-лідери, які проводять агресивну маркетингову політику, що не задовольняються поточним станом справ і бажають за допомогою реінжинірингу домогтися кращого.

Таким чином, завдання реінжинірингу є тотожним завданням інновації – освоєння нововведень для забезпечення конкурентоспроможності продукції і в кінцевому рахунку – виживаності підприємства.

Ключовий елемент «процес», є найбільш важливим у визначенні категорії реінжиніринг бізнес-процесів.

Наразі, бізнес-процес – це множина «внутрішніх кроків» підприємства, що закінчуються виробництвом продукції, необхідної споживачеві. Призначення кожного бізнес-процесу полягає в тому, щоб запропонувати споживачеві продукцію (послугу), що задовольняє його, як за вартістю, так і сервісом і якістю [2].

Реінжиніринг бізнес-процес та його ефективне проведення вимагають виділення окремого бюджету (мінімально необхідного), без якого початок і проведення всього комплексу робіт неможливе. Як свідчить практика діяльності підприємств [3], для реалізації наміченої програми необхідно чітко визначити та розподілити ролі, обов'язки та відповідальність кожного учасника для забезпечення реалізації цілей програми. В ході реалізації робіт з реінжинірингу бізнес-процесів слід чітко виділяти досягнуті в ході робіт результати.

До факторів, що сприяють успішній реалізації реінжинірингу бізнес-процесів, слід віднести, готовність керівництва до змін, розуміння та віру в кінцевий результат, раціональну оцінку ризиків, з якими пов'язана реалізація вищезазначених програм. При наявності готовності з боку керівництва підприємства доцільно наділити відповідними повноваженнями персонал, що займається реалізацією програми, та чітко визначити ролі і обов'язки кожного. Для підтримання темпу проведення програми важливо передбачити необхідний бюджет для реалізації перш за все пріоритетних цілей та моніторинг результатів реалізації програми

реінжинірингу бізнес-процесів. Нарешті, дана програма має підтримуватись відповідною технологією, методичним забезпеченням, відпрацьованим у ході реалізації подібних програм на інших підприємствах (як правило це методичне забезпечення напрацьоване у консалтингових компаній).

Отже, бізнес-процес – це дії по досягненню мети підприємства. При цьому оптимізується результативність бізнес-процесу шляхом його організації на основі упорядкування горизонтальних зв'язків в структурі управління підприємством.

Практичний досвід реалізації програм реінжинірингу бізнес-процесів дозволяє виділити такі негативні фактори, що призводять до значних втрат [4]:

- спроба реалізовувати програми, не утискаючи при цьому будь яких інтересів;
- призначення відповідальних за реалізацію програми, не наділених відповідними повноваженнями, в тому числі правом доповідати під час реалізації програми;
- тривалість програми у часі (підприємства не можуть витримувати такий інтенсивний хід робіт більше року);
- вузькість, обмеженість поставлених завдань та їх нечітка орієнтація на досягнення певного ефекту;
- небажання особисто долучатись до процесу топ-менеджерів;
- відсутність концентрації та зосередження на бізнес-процесах та пошук втрат всередині структур тощо.

Виділення реінжинірингу бізнес-процесів, його аналіз та подальше покращення і удосконалення є суттєвим резерв для підвищення конкурентоспроможності підприємства та ефективності господарської діяльності.

Список літератури

1. Ойхман Е. Г., Попов Э. М. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. М.: Финансы и статистика, 2005. 333 с.
2. Білявський В. М., Власенко В. В. Впровадження системи 5 S як фактор оптимізації виробництва промислової продукції. *Вісник Хмельницьк. нац. ун-ту (Економічні науки)*. 2018. Вип. 1. С. 54 – 60.
3. Білявський В. М. Реінжиніринг в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна*. 2017. Вип. 93. С. 7 – 17.
4. Остапкова Л. А., Шевченко Н. Ю. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками. К.: Центр учбової літератури, 2011. 164 с.

УДК 005.7

Перевозова І. В.

д-р. екон. наук, проф.,
завідувач кафедри підприємництва і маркетингу,
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу,

Сторощук Х. Л.

аспірант,
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах зростання рівня усвідомлення суспільством значення соціальної відповідальності підприємство може досягти успіху за умови його соціального розвитку як суттєвої складової економічного росту. Ефективний розвиток економіки України та євроінтеграційний курс держави вимагають