



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(РГГМУ)

Институт Информационных систем и геотехнологий
КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЙ ИНФОРМАТИКИ

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему: «Повышение качества управления предприятием на основе совершенствования бизнес-процессов»

Исполнитель Самонин Данила Романович

Руководитель к.т.н., доцент Сидоренко А.Ю

**«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой**

/ к.т.н., Колбина О.Н.
(подпись)

« » 2023г.

Санкт–Петербург
2023

Содержание

Введение	3
1. Теоретические положения	4
1.1 Понятие и содержание эффективного управления бизнес-процессами в организации.....	4
1.2 Методики анализа.....	7
1.3 Качество управления.....	12
2. Анализ качества управления предприятием и его бизнес-процессов.....	18
2.1 Характеристика структуры и деятельности предприятия.....	18
2.2 Анализ основных бизнес-процессов и ключевых проблем в моделях	26
3. Направления совершенствования системы управления бизнес-процессами на предприятии	36
3.1 АСУ «Управление»	36
3.2 Аутсорсинг	45
3.3 Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий	49
Заключение.....	50
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	51

Введение

Цель любой предпринимательской деятельности – получение прибыли. Для этого, кроме, продуманного до мелочей бизнес-плана и стартового капитала, необходимо поддерживать актуальность структуры бизнес-модели компании, так как постоянно прогрессирующие информационные системы и технологии требуют внедрения, чтобы организация могла отстаивать свои рыночные позиции.

В настоящее время всё большее количество предприятий сталкиваются с необходимостью повышения качества управления компанией. Стремление оптимизировать управленческую деятельность связано с намерением достижения конкурентных преимуществ и улучшение финансовых показателей предприятия. Для реализации этих намерений одним из способов является совершенствование бизнес-процессов.[1]

Объектом исследования в данной работе будет выступать общество с ограниченной ответственностью «Роксот».

Предметом исследования являются автоматизированные системы управления бизнес-процессами.

Целью выпускной квалифицированной работы является повышение качества управления выбранного, как объекта исследования, предприятия на основе совершенствования бизнес-процессов, путем внедрения автоматизированной системы управления.

Задачи выпускной квалификационной работы бакалавра:

1. Аналитическое представление существующих бизнес-процессов на предприятии и выявление проблемных зон
2. Анализ эффективности управления предприятием на основе бизнес-процессов
3. Разработка методики оптимизации бизнес-процессов на предприятии

4. Формирование перечня рекомендаций по улучшению качества управления предприятием на основе совершенствования бизнес-процессов.
5. Оценка эффективности, обоснование результатов внедрения оптимизированных бизнес-процессов и анализ возможных путей дальнейшего совершенствования управления предприятием.

Данная тема является актуальной в современном бизнес-мире, где конкуренция между компаниями становится все более жесткой. Одним из ключевых факторов успеха является эффективное управление предприятием, которое обеспечивает высокую производительность и конкурентоспособность компании. Богатый опыт в данной сфере демонстрирует, что оптимизация бизнес-процессов приводит к повышению эффективности предприятия, именно поэтому очень важно провести своевременный анализ работы компании, обнаружить минусы, которые можно исправить, и помочь руководству внести соответствующие изменения и вывести свою деятельность на новый уровень.[2]

1. Теоретические положения

1.1 Понятие и содержание эффективного управления бизнес-процессами в организации

Процессы в деятельности компании присутствовали всегда, а объектами управления они стали относительно недавно. Процессы в общем – это постоянное, последовательное определение функциональных операций, приносящих своеобразный результат, последовательность связанных операций или заданий, необходимых для получения конечного результата. Формализовано можно считать, что бизнес-процесс – это определенный ограниченный комплекс работ организации, характеризующийся такими понятиями, как вход, процесс, выход, управление, поставщик и клиент процесса.

Бизнес-процессы начали развиваться в конце 20 века. Ранее компании использовали традиционные методы управления, которые были неэффективными и затратными. Однако с развитием информационных

технологий и появлением новых методов управления, компании начали осознавать необходимость создания бизнес-процессов.

Первые бизнес-процессы были созданы в производственных компаниях, где было необходимо оптимизировать производственные процессы и повысить эффективность работы. Однако со временем бизнес-процессы начали применяться и в других отраслях, таких как финансы, маркетинг, продажи и т.д.

Создание бизнес-процессов позволяет компаниям оптимизировать свою деятельность, повысить эффективность работы и снизить затраты на персонал и оборудование. Бизнес-процессы также позволяют компаниям быстро реагировать на изменения в рыночной ситуации и концентрироваться на основной деятельности.

Бизнес-процессы – это последовательность действий в рамках организации для достижения определенных целей, которые могут быть автоматизированы и оптимизированы для повышения эффективности и производительности компании. Для достижения этих целей необходимо определить ключевые процессы, составить план действий, выделить ресурсы и контролировать выполнение задач. Автоматизация и оптимизация процессов позволяют сократить затраты на ручной труд, ускорить выполнение задач, повысить качество продукции или услуг и улучшить удовлетворенность клиентов. Для успешной реализации процессов необходимо также обеспечить коммуникацию и сотрудничество между различными отделами компании и использовать современные технологии и инструменты управления бизнес-процессами.

Можно выделить следующие классификации бизнес-процессов.

1. основные процессы;
2. сопутствующие процессы;
3. вспомогательные процессы;
4. обеспечивающие процессы;

5. управляющие процессы;

6. процессы развития.

Существуют три вида бизнес-процессов:

1) Управляющие бизнес-процессы – это такие процессы, которые охватывают весь комплекс функций управления, начиная с каждого конкретного бизнес-процесса и заканчивая системы управления в целом. Это и стратегическое планирование предприятием, и менеджмент окружающей среды, и оперативное управление процессами.

2) Операционные – бизнес-процессы, которые составляют содержание основного бизнеса компании и формируют основной поток доходов. К ним относятся процессы: продаж, отгрузки, планирования, расчетов и подведения итогов и т.д.

3) Поддерживающие – бизнес-процессы, которые поддерживают операционные процессы. Это бухгалтер и составление баланса, менеджмент персонала и информации, контроль и обеспечение качества и т.д.

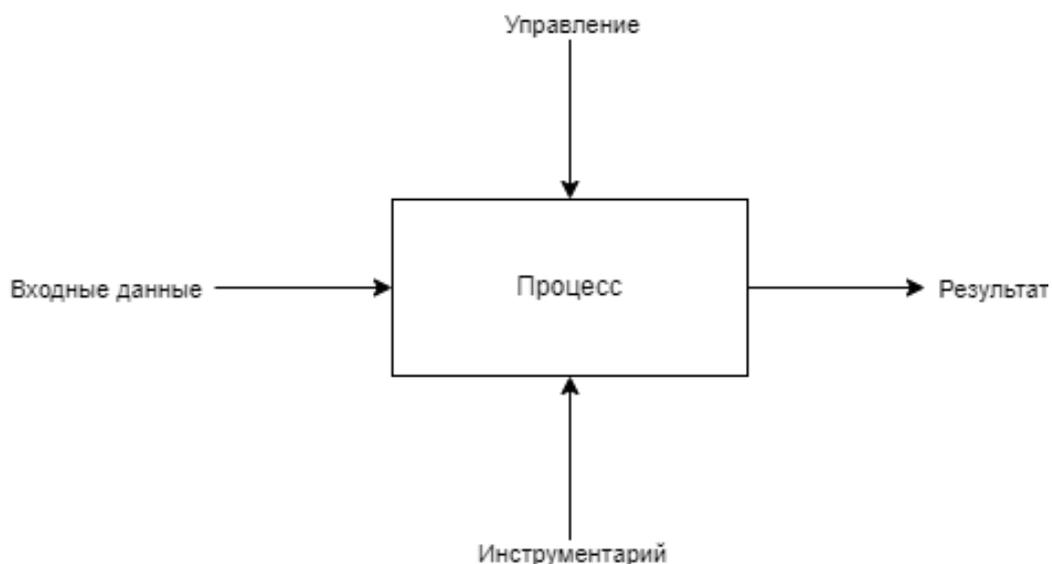


Рисунок 1. Схематичное изображение бизнес-процесса

Существует три подхода выделения бизнес-процессов (рисунок 2):

1) По функциям. При этом подходе выделение процесса происходит на основе последовательности действий в рамках функциональных сфер ответственности. Так же он выполняет определенный ряд задач, таких как поиск покупателей и своего рынка, развитие будущей стратегии компании, продажи и продвижение, разработка новых продуктов и услуг.

2) По результату. При этом подходе границы бизнес-процесса определяются на основе конечного результата или продукта.

3) По добавленной ценности. Данный подход базируется на принципе «потребителю важен не сам продукт, а его ценность»

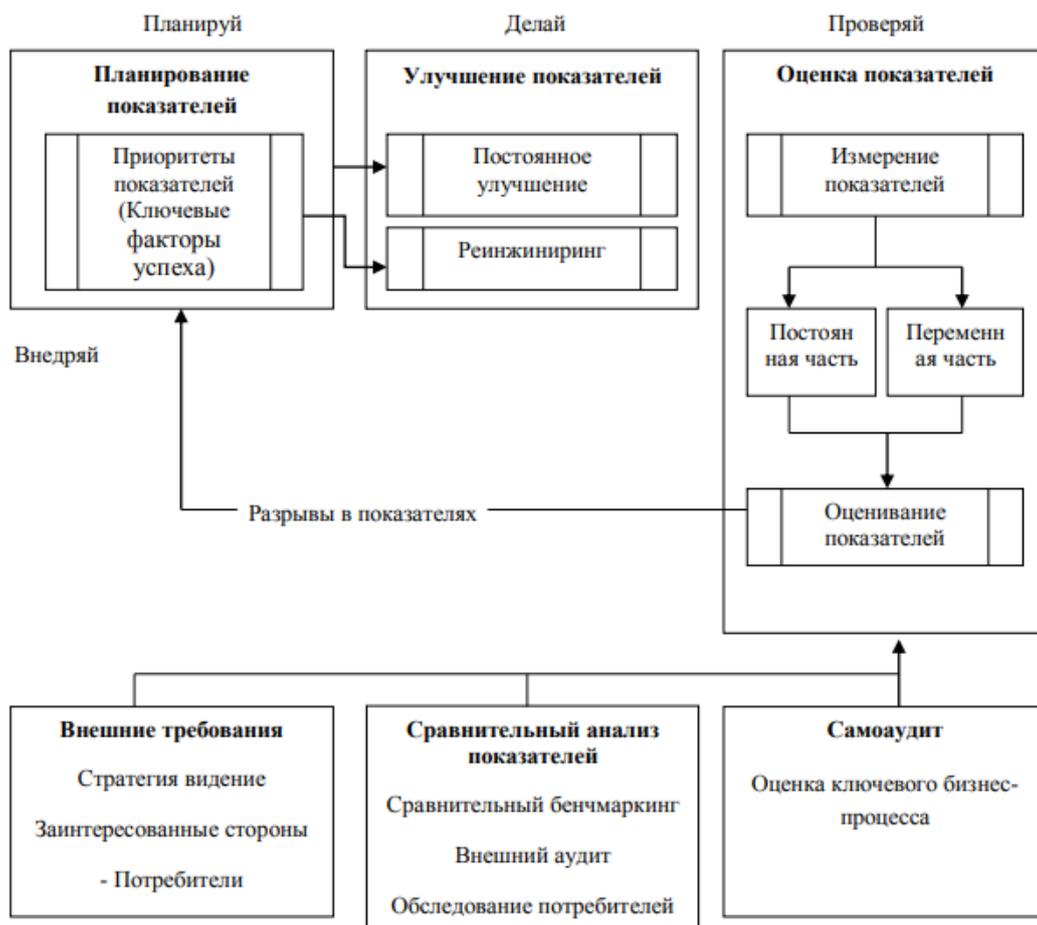


Рисунок 2. Основные этапы модели совершенствования бизнес-процессов

1.2 Методики анализа

Существуют разные методы анализа бизнес-процессов:

1. PEST-анализ - анализ внешней среды компании, включающий политические, экономические, социальные и технологические факторы.

2. Анализ конкурентной среды - оценка конкурентной ситуации на рынке и выявление сильных и слабых сторон конкурентов.

3. Анализ потребностей и желаний клиентов - изучение потребностей и предпочтений целевой аудитории компании.

4. Анализ рисков - оценка возможных рисков, которые могут повлиять на деятельность компании.

5. Анализ финансовых показателей - оценка финансового состояния компании на основе финансовых показателей, таких как прибыль, рентабельность и ликвидность.

6. Анализ производственных процессов - оценка эффективности производственных процессов компании и выявление возможностей для оптимизации.

7. Анализ персонала - оценка квалификации и эффективности персонала компании и выявление возможностей для его развития.

Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и выбор конкретного метода зависит от целей и задач анализа.

- Визуальный анализ графической схемы процесса.

«Визуализация» - методика использования элементов контроля производства, позволяющая каждому видеть установленный стандарт и любое отклонение от этого стандарта. Основные принципы «Визуализации» выражаются в легкости восприятия отклонения от нормального процесса (правило 3-х минут, когда в течение этого периода любой человек, даже не являющийся специалистом в данной области, понимает какие процессы проходят на рабочем месте, какие средства труда необходимо использовать, какие материалы являются входящими, а какие – готовой продукцией для

данного рабочего места); сокращении времени на выполнение операций; исключении сбоев в работе; улучшение коммуникаций среди персонала)

- Анализ времени выполнения процесса.

Для каждой задачи определяют три показателя:

2. Нормативное время выполнения, в минутах.
3. Фактическая трудоемкость, в минутах.
4. Календарное время выполнения, в минутах.

- Анализ потерь, возникающих при выполнении процесса.

Следующий вид анализа, который целесообразно выполнить — это анализ потерь, возникающих при выполнении бизнес-процесса. Можно использовать классическую классификацию потерь (TPS), учитывая, что эти потери в своеобразной форме могут возникать и при выполнении процессов в офисе (не на производстве):

1. потери, связанные с перепроизводством;
2. потери, связанные с ожиданием;
3. потери, связанные с транспортировкой;
4. потери, связанные самой обработкой;
5. потери, связанные с ненужными запасами;
6. потери, связанные с ненужными движениями;
7. потери, связанные с производством дефектной продукции.

- Анализ потенциала автоматизации процесса.

На рисунке 3 показаны результаты анализа потенциала автоматизации бизнес-процесса в BPMS. Некоторые задачи (ручные) можно будет исключить. Одну задачу «Выполнить расчет количества» выполнять скриптом. Остальные задачи могут выполняться участниками процесса с использованием соответствующих экранных форм в BPMS.

Однако, тот факт, что задачи можно автоматизировать в ВРМ-системе, совершенно не означает, что это нужно делать. Прежде всего, необходимо разработать мероприятия по оптимизации бизнес-процесса, используя определенные принципы, и уже после этого автоматизировать модель процесса «как должно быть».

Существует несколько методик анализа бизнес-процессов, которые позволяют компаниям оптимизировать свою деятельность и повысить эффективность работы. Рассмотрим некоторые из них:

1. Методика BPMN (Business Process Model and Notation) - это стандартная графическая нотация для моделирования бизнес-процессов. Она позволяет создавать диаграммы, на которых отображаются все этапы процесса, его взаимосвязи и зависимости.

2. Методика Lean Six Sigma - это подход, который сочетает принципы Lean Production и Six Sigma. Он позволяет оптимизировать производственные процессы и улучшить качество продукции или услуг.

3. Методика SWOT-анализа - это анализ сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз, которые могут повлиять на ее деятельность. Эта методика позволяет выявить проблемы в бизнес-процессах и разработать стратегии их решения.

4. Методика PDCA (Plan-Do-Check-Act) - это цикл управления качеством, который позволяет постоянно улучшать бизнес-процессы. Он включает в себя этапы планирования, выполнения, проверки и корректировки процессов.

5. Методика DMAIC (Define-Measure-Analyze-Improve-Control) - это методика управления качеством, которая используется для оптимизации бизнес-процессов. Она включает в себя этапы определения проблемы, измерения ее влияния на процесс, анализа причин возникновения проблемы, улучшения процесса и контроля его выполнения.

Каждая из этих методик имеет свои преимущества и недостатки и выбор конкретной зависит от целей компании и характера ее деятельности.

1.3 Качество управления

Качество управления – это способность руководства компании эффективно управлять всеми аспектами ее деятельности, обеспечивая

достижение поставленных целей и максимальную отдачу от инвестиций. Оно определяется не только финансовыми показателями, но и уровнем удовлетворенности клиентов, качеством продукции или услуг, производительностью труда, уровнем инноваций и другими факторами.[3]

Существует множество стратегий управления компанией:

1. Стратегия роста. Она направлена на увеличение объемов производства, расширение рынков сбыта, разработку новых продуктов и услуг.

2. Стратегия диверсификации. Она предполагает разнообразие бизнеса компании, например, приобретение других компаний или расширение ассортимента продукции.

3. Стратегия дифференциации. Она заключается в создании уникального продукта или услуги, которые отличаются от конкурентов и могут привлечь большее число клиентов.

4. Стратегия снижения издержек. Она направлена на оптимизацию производственных процессов, сокращение затрат и повышение эффективности работы компании.

5. Стратегия ориентации на клиента. Она предполагает удовлетворение потребностей клиентов, создание долгосрочных отношений с ними и повышение лояльности.

6. Стратегия инноваций. Она заключается в постоянном поиске новых технологий, продуктов и услуг, которые могут обеспечить конкурентное преимущество компании.

7. Стратегия устойчивого развития. Она направлена на создание бизнеса, который не только приносит прибыль, но и учитывает социальные, экологические и этические аспекты деятельности.

История управления компаниями началась в конце XIX века, когда появились первые крупные корпорации, такие как General Electric, Ford и Standard Oil. В то время управление компаниями было основано на иерархической структуре, где каждый уровень управления отчитывался перед вышестоящим.

В 1920-х годах появилась концепция научного управления, которая была разработана Фредериком Тейлором и его коллегами. Она заключалась в использовании научных методов для оптимизации производственных процессов и повышения эффективности работы компании.

В 1930-х годах появилась теория административного управления, разработанная Генри Файолем. Она предполагала, что управление компанией должно быть основано на пяти функциях: планирование, организация, командование, координация и контроль.

В 1950-х годах появилась теория системного подхода, которая была разработана Людвигом фон Берталанфи. Она заключалась в том, что компания должна рассматриваться как система, состоящая из множества взаимосвязанных элементов.

В 1960-х годах появилась теория контингентного управления, которая предполагала, что эффективное управление зависит от конкретных условий, в которых работает компания.

В 1980-х годах появилась концепция стратегического управления, которая заключается в том, что компания должна определить свои цели и разработать стратегию, чтобы достичь их.

Сегодня управление компаниями основано на различных концепциях и методах, таких как Lean-производство, Six Sigma, Agile-методологии и др. Компании также все больше ориентируются на цифровые технологии и аналитику данных для принятия решений.

Одними из самых важных аспектов эффективного управления:

1. Оптимизация бизнес-процессов. Эффективное управление невозможно без оптимизации бизнес-процессов. Необходимо анализировать и оптимизировать каждый процесс, чтобы он был максимально эффективным и результативным.

2. Коммуникация. Эффективное управление требует эффективной коммуникации между различными уровнями управления и отделами организации. Необходимо установить четкие каналы связи и обеспечить своевременный обмен информацией.

3. Управление рисками. Эффективное управление требует управления рисками. Необходимо определить потенциальные риски и разработать стратегии по их снижению или предотвращению.

4. Управление проектами. Эффективное управление требует управления проектами. Необходимо определить цели проекта, разработать план действий и контролировать его выполнение.

5. Мотивация персонала. Эффективное управление требует мотивации персонала. Необходимо создавать условия для развития и мотивации сотрудников, чтобы они были максимально продуктивными и результативными.

6. Использование технологий. Эффективное управление требует использования современных технологий и инструментов. Необходимо выбирать и внедрять технологии, которые максимально удовлетворяют потребности организации.

7. Анализ данных. Эффективное управление требует анализа данных. Необходимо собирать и анализировать данные, чтобы принимать обоснованные решения и оптимизировать бизнес-процессы.

Компания, которая имеет высокое качество управления, способна быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и успешно конкурировать с

другими игроками на рынке. Поэтому, для достижения успеха и процветания, компании необходимо постоянно работать над улучшением качества своего управления.

Качество управления непосредственно зависит от эффективности бизнес-процессов. Если бизнес-процессы организации оптимизированы и хорошо организованы, то управление будет более эффективным и результативным. Напротив, если бизнес-процессы не оптимизированы и неэффективны, то управление будет затруднено и неэффективным.

Оптимизация бизнес-процессов позволяет снизить затраты на производство, повысить качество продукции или услуг, ускорить время выполнения заказов и улучшить общую эффективность работы предприятия.

Совершенствование бизнес-процессов начинается с анализа текущих процессов, выявления проблемных мест и определения потенциальных возможностей для улучшения. Затем разрабатываются новые процессы, которые должны быть оптимизированы и протестированы перед внедрением.

Одним из инструментов для совершенствования бизнес-процессов является методология управления качеством, такая как Six Sigma или Lean. Они позволяют снизить количество дефектов и ошибок в процессах, улучшить качество продукции или услуг, сократить время выполнения заказов и повысить удовлетворенность клиентов.

Кроме того, для повышения качества управления предприятием необходимо использовать современные информационные технологии, такие как системы управления предприятием (ERP), которые позволяют автоматизировать бизнес-процессы и повысить эффективность работы предприятия в целом.

В целом, совершенствование бизнес-процессов является ключевым фактором для повышения качества управления предприятием. Оно позволяет

достичь более высокой эффективности работы, снизить затраты и повысить удовлетворенность клиентов.

В основном существует слабое понимание, где заканчивается один процесс, а где начинается другой. Мало кто желает брать на себя ответственность доставляя продукт или услугу процессу потребителю в срок и надлежащего качества. Чаще всего, сначала кто-то один берет на себя ответственность за процесс, а затем эта ответственность плавно перераспределяется между несколькими людьми. Очень часто управление происходит отдельными сегментами процесса, но никто не обладает полной ответственностью за процесс в целом. В этом и есть отличительная особенность процесса без руководителя. В результате нет никакой возможности провести улучшений данного процесса, так как для этого необходимы четкие указания собственника/владельца. Назначение ответственного за процесс методом назначения определенных сотрудников «собственниками бизнес-процессов» в организации предполагает следующий уровень ответственности:

- владельцу процесса передаются все полномочия для того, чтобы он по своему усмотрению инициировал изменения в процессе;

- владелец процесса несет ответственность за постоянный контроль и мониторинг хода процесса;

- владелец процесса несет ответственность за инициализацию улучшения процесса; -в компетенции владельца процесса создание инициативной группы, состоящей из сотрудников, которые решают отдельные задачи по совершенствованию данного процесса.

После внедрения процессной ориентации и назначения собственников, структурная форма организации приобретает иной вид. На схеме уже не отображаются одновременно и вертикальные и горизонтальные связи.

Блок-схема с выделением структурных единиц (рисунок 4);

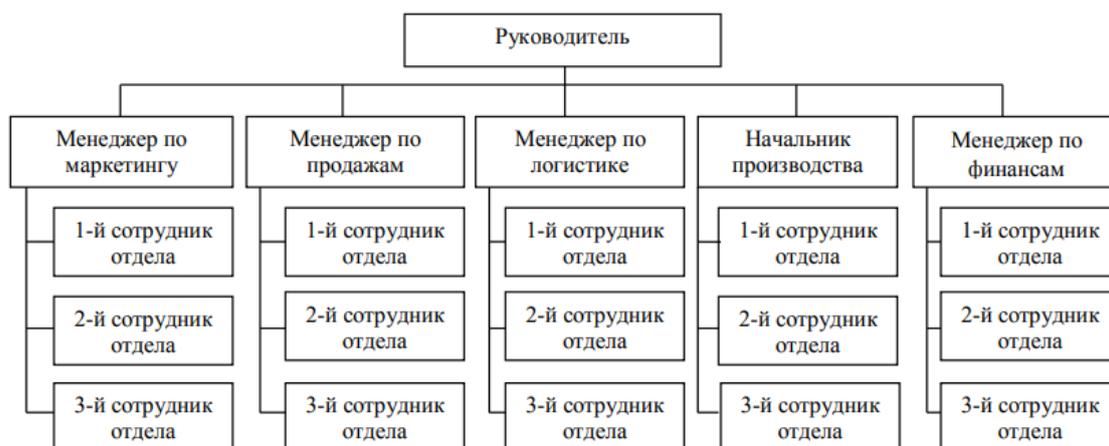


Рисунок 4. Блок-схема с выделением структурных единиц

Таким образом, вопросы качественного управления в основном зависят от своевременного информирования, что требует автоматизации и развития информационного обеспечения управления. Одним из важнейших направлений повышения эффективности деятельности в целом и управления предприятием, в частности, служит работа по развитию инициативности и формированию оптимальных действий, направленных на повышение качества управления предприятием на основе совершенствования бизнес-процессов.

2. Анализ качества управления предприятием и его бизнес-процессов.

2.1 Характеристика структуры и деятельности предприятия

Реклама существует уже давно и имеет длинную историю. Еще в Древней Греции и Риме торговцы использовали знаки и вывески, чтобы привлечь внимание прохожих к своим товарам. В Средние века на улицах городов появились рекламные плакаты, а в 15-16 веках начали появляться первые газеты, которые стали использоваться для размещения объявлений о продаже товаров.[4]

С развитием промышленной революции в 19 веке реклама стала более массовой и распространенной. Крупные компании начали использовать принципы маркетинга и рекламы для продвижения своих товаров. В 20 веке с

появлением радио и телевидения реклама стала еще более распространенной и мощным инструментом воздействия на потребителя.

Сегодня реклама продолжает развиваться и приспосабливаться к изменяющимся технологиям и требованиям рынка. Она стала неотъемлемой частью бизнеса и играет важную роль в привлечении клиентов и укреплении бренда.

Рекламные технологии — это широкий термин, включающий в себя программное обеспечение и инструменты, которые агентства, бренды, издатели и платформы используют для таргетирования, доставки контента и измерения эффективности цифровой рекламы.

Рекламная компания предоставляет широкий спектр услуг по продвижению товаров и услуг на рынке. Она может предложить клиенту следующие возможности:

1. Разработка стратегии маркетинга и рекламной кампании, включая определение целевой аудитории, выбор каналов продвижения и форматов рекламы.
2. Проведение медиапланирования и закупка рекламного пространства на различных платформах и каналах, таких как телевидение, радио, интернет, социальные сети, печатные издания и т.д.
3. Анализ результатов рекламной кампании и корректировка стратегии в зависимости от эффективности.
4. Консультации по вопросам маркетинга и продвижения бренда.
5. Проведение исследований рынка и анализ конкурентов.

Сфера цифровой рекламы достаточно многогранна, динамична и включает в себя полярно разные стороны для клиентов. DSP (Demand-Side Platform) и SSP (Supply-Side Platform) - это две разные платформы, используемые в рекламной

индустрии для автоматизации процессов покупки и продажи рекламных инвентарей.

DSP - это платформа, которую используют рекламодатели и агентства для покупки рекламных инвентарей у издателей. DSP позволяет рекламодателям выбирать целевую аудиторию, настраивать кампании, управлять бюджетом и отслеживать результаты. DSP также предоставляет доступ к различным типам рекламных инвентарей, таким как баннеры, видео, мобильные приложения и т.д.

SSP - это платформа, которую используют издатели для продажи своих рекламных инвентарей. SSP позволяет издателям управлять своим инвентарем, продавать его на аукционах в режиме реального времени и максимизировать доходы. SSP также предоставляет доступ к различным типам рекламных форматов и каналов, таких как десктоп, мобильные устройства и т.д.

Таким образом, DSP и SSP - это две разные платформы, которые используются в разных частях рекламной индустрии. DSP используется для покупки рекламных инвентарей, а SSP - для продажи. Однако, эти платформы часто интегрируются друг с другом, чтобы обеспечить более эффективную и автоматизированную работу всей рекламной экосистемы. Компания занимается как продажей рекламного инвентаря на просторах глобальной сети, так и закупкой рекламного места в интернете.

Рекламные кампании - это маркетинговые мероприятия, направленные на привлечение внимания потенциальных клиентов к продукции или услугам компании, увеличение продаж и укрепление бренда. В рамках рекламной кампании используются различные каналы коммуникации, такие как телевизионная, радио- и интернет-реклама, наружная реклама, прямая рассылка и другие. Ключевыми элементами рекламной кампании являются целевая аудитория, бюджет, стратегия и контент.

Важнейшими аспектами рекламных кампаний:

1. Качество продукции: компания обращает внимание на высокое качество продукции и ее соответствие международным стандартам.

2. Безопасность и надежность продукции: компания гарантирует безопасность и надежность своей продукции для клиентов.

3. Специальные акции и предложения: компания проводит специальные акции и предложения, которые помогают клиентам сэкономить деньги и получить больше преимуществ от покупки у нее.

4. Бесплатная доставка и установка: компания предлагает бесплатную доставку и установку для некоторых товаров и услуг.

5. Цель рекламной кампании: помочь клиентам сделать правильный выбор при покупке товаров и услуг, привлечь новых клиентов и удержать старых.

6. Обращение к потребителям: компания обращается к потребителям, подчеркивая свою заботу о них и готовность предоставить им качественные продукты и услуги.

Компания ООО «Роксот» находится на рынке более 7 лет. Идея создания принадлежит Насырову Радмиру Фаритовичу, который на сегодняшний день является генеральным директором данного предприятия. Основной вид деятельности – работа с рекламным инвентарём, анализ больших данных для подбора самых эффективных рекламных позиций для каждого пользователя в реальном времени. Большая база данных клиентов, опыт работы на зарубежном и российском рынках, наличие собственных программных продуктов позволяет компании расти и обеспечивать клиентам выгодные предложения и условия для сотрудничества и полного сопровождения.

Компания работает в разных доступных форматах, что позволяет «Роксот» быть многопрофильнее и охватывать большее количество клиентов (рисунок 5).

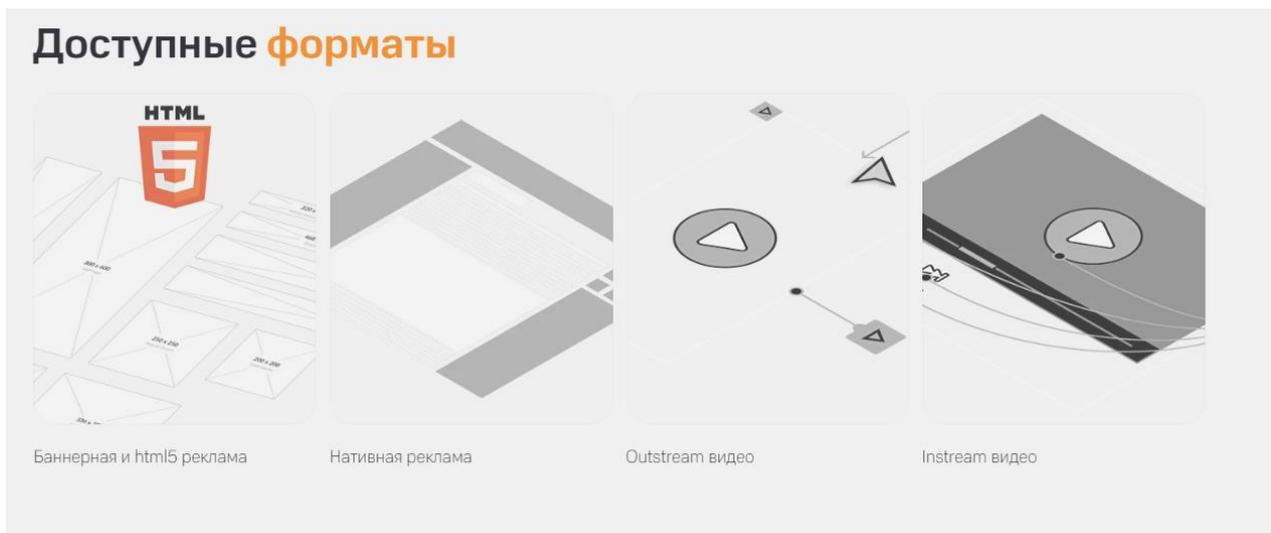


Рисунок 5. Форматы, с которыми работает компания

Общество является юридическим лицом, свою деятельность осуществляет на основании учетной политики и действующего законодательства РФ.

В своей деятельности организация руководствуется Уставом, приказами и распоряжениями дирекции организации, планами, графиками и технической документацией.

Организационная структура ООО «Роксот» представлена на рисунке 6

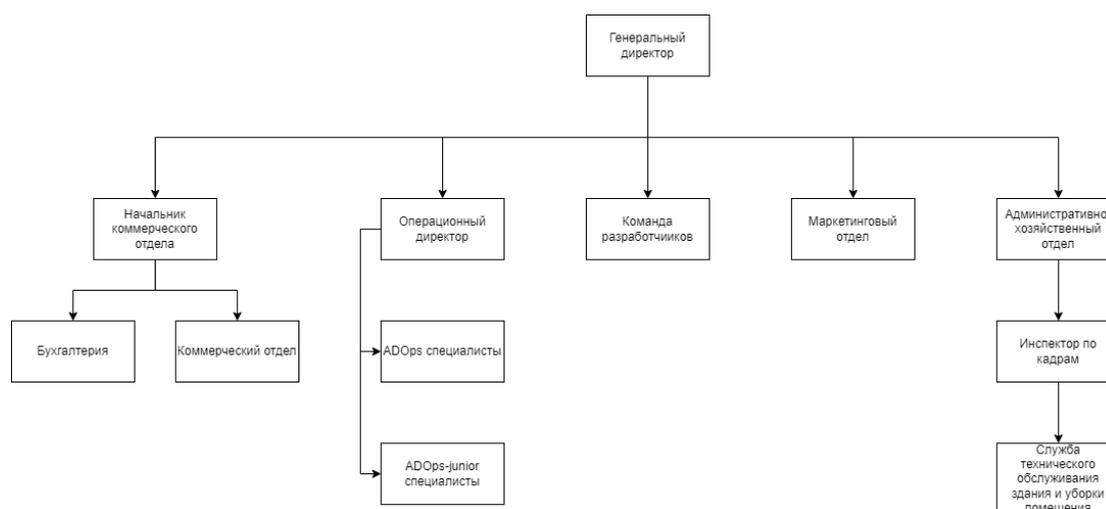


Рисунок 6. Организационная структура "Роксот"

Директор в пределах своей компетенции осуществляет руководство текущей деятельностью «Роксот». Права и обязанности директора определяются Федеральным законом (об обществах с ограниченной ответственностью и

уставом общества). Директор является единоличным исполнительным - распорядительным органом, который представляет интересы общества и действует от имени общества без доверенности в силу закона и устава.

Коммерческий отдел ООО «Роксот» возглавляет начальник отдела, он же является начальником отдела продаж, бухгалтерии и отдела кадров. Начальник коммерческого отдела осуществляет планирование, организацию и контроль процесса закупок товара, управляет коммерческим блоком фирмы, занимается расчетом финансов осуществляет ведение переговоров с потенциальными сотрудниками фирмы.

Производственный отдел возглавляет операционный директор, в подчинении у которого находятся лидер команды AdOps специалистов (add operations – действия и операции, направленные на работу с рекламной, add operator – специалист по работе с рекламной), AdOps-junior специалисты (аналитики) и разработчики. На данный отдел возложены основные функции по организации и выполнению проектных работ и осуществление технической поддержки. Сам директор ведет переговоры с клиентами и занимается заключает сделки о предоставлении услуг.

Команда разработчиков состоит из лидера и сотрудников разработки. Данная команда занимается созданием, поддержкой и оптимизацией основных программных продуктов, контролем бесперебойной работы сервисов и своевременным предупреждением и исправлением внутренних ошибок.

Являясь налогоплательщиком, ООО «Роксот» применяет общепринятую систему налогообложения в соответствии с НК РФ и является плательщиком следующих налогов: налог на добавленную стоимость; налог на доходы физических лиц; налог на прибыль; транспортный налог.

Конкретные решения, распоряжения передаются по цепочке сверху вниз, и обязательны для выполнения всеми нижестоящими звеньями.

Управление предприятием состоит из таких функций как:

- стратегическое и текущее управление;
- управление персоналом;
- планирование;
- управление маркетингом;
- управление финансами;
- управление производством.

На данный момент на предприятии работают 13 человек.

Выручка и прибыль составляет на 2022г 45,4 млн Р, 8,1 млн Р (рисунок 7 и 8).[5]



Рисунок 7. График выручки «Роксот»

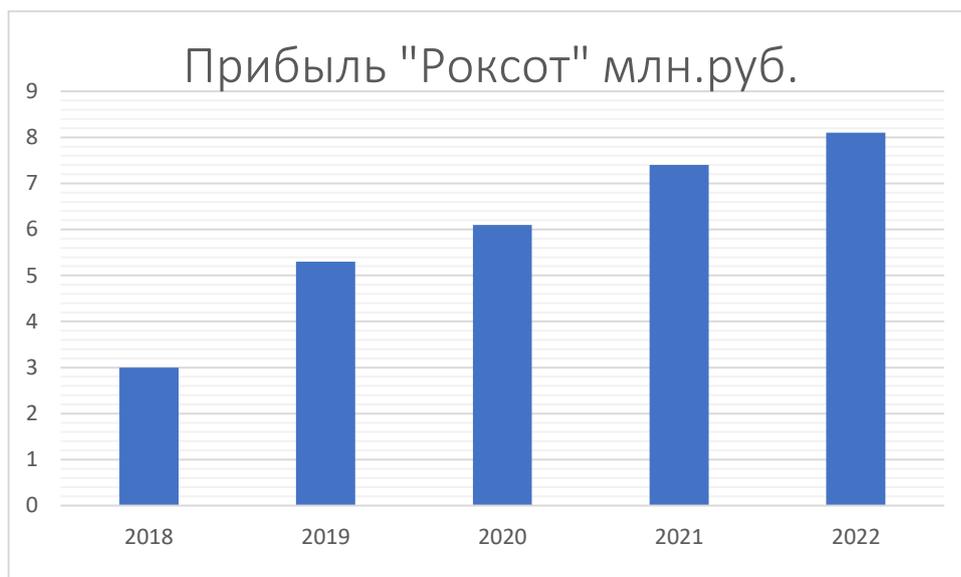


Рисунок 8. График прибыли «Роксот»

К элементам среды прямого воздействия (ближнего окружения) на организацию можно отнести следующие элементы:

1. Потребители услуг: физические лица и юридические лица, имеющие необходимость в размещении своих рекламных кампаний или закупке рекламного инвентаря на сайтах;

2. Конкуренты: частные фирмы или государственные предприятия, занимающиеся рекламой;

3. Трудовые ресурсы: обеспечение предприятия персоналом нужных специальностей и квалификации для эффективной деятельности предприятия и для реализации задач, связанных с достижением поставленных целей.

4. Государственные органы: изменения в законодательстве оказывают значительное влияние на организационную деятельность.

К элементам среды косвенного воздействия (дальнего окружения) на предприятие можно отнести:

1. Научно-технический прогресс – порождает появление новых продуктов (новые версии операционных систем, развитие сферы программирования), вынуждая организации обучаться их применению в своей деятельности. В

рекламном направлении помимо всего, научно-технический прогресс способствует улучшению качества, точности таргетинга и сокращению времени на подбор предложения рекламы.

2. Состояние экономики – один из самых сложно прогнозируемых факторов в российских реалиях. Состояние мировой и отечественной экономики влияет на стоимость всех вводимых ресурсов и способность потребителей пользоваться услугами предприятия.

3. Политическая ситуация – может повлиять на возможности организации применения зарубежных товаров, также выход на зарубежные рынки.

Таким образом, предприятие «Роксот» представляет собой многопрофильный комплекс по оказанию услуг в сфере цифровой рекламы.[6]

Согласно показателям, можно отметить, что «Роксот» является прибыльной компанией. Несмотря на высокую конкуренцию с другими предприятиями, достигнут рост объемов продаж, что свидетельствует о росте производительности труда.

Стратегией развития предприятия ООО «Роксот» предусматривается проводить работу по расширению рынка (увеличение базы данных клиентов), по увеличению объемов возможных предоставленных услуг (производственных мощностей), минимизацию издержек производства, улучшению качества предоставляемого рекламного инвентаря, снижению себестоимости, формирование имиджа и репутации предприятия, стремление к надежности и узнаваемости, а также автоматизация основных рабочих процессов.

2.2 Анализ основных бизнес-процессов и ключевых проблем в моделях бизнес-процессов

На рисунке 9 мы можем увидеть общую модель бизнес-процессов ООО «Роксот».

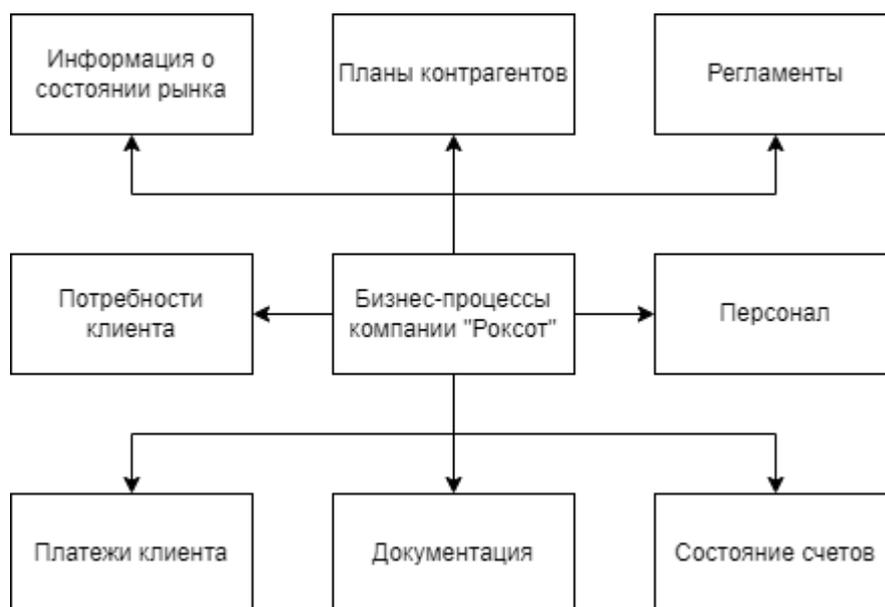


Рисунок 9. Общая модель бизнес-процессов «Роксот»

Деятельность компании «Роксот», складывается из трех видов процессов:

1. К основным процессам относится деятельность, направленная на непосредственное предоставление услуг конечному клиенту.

Процессы этого типа включают:

- Поиск и сотрудничество с клиентами. Данный процесс включает в себя также функции такие, как: поиск новых клиентов и договор с ними, расчёт стоимости оказываемых услуг.

- Приём рекламной кампании и ее сопровождение. Прием технического задания от клиента, создание настроек в соответствии с заданными настройками, анализ скорости и выполнения ключевых данных.

- Подготовка рекламного места в глобальной сети со всеми настройками для подбора рекламы. Это включает в себя написание программного кода для размещения на сайте, задание основных настроек, подготовка инструкций пользователю.

- Запуск рекламной кампании или рекламного места на сайте. Разработка кода, составление технологического процесса, расчёт времени на подготовку, закупка инвентаря, запуск в работу, написание руководства пользователя.

2. К поддерживающим процессам относятся процессы, непосредственно связанные с основными, обеспечивающие функционирование предприятия:

- Уборка помещений;
- Составление графиков работы персонала;
- Ведение документооборота;
- Найм персонала и управление им;
- Информационное обеспечение;
- Ведение финансового учета, включая бухгалтерский учет;

3. К процессам управления предприятия относятся:

- Планирование основной деятельности учреждения. Планирование основной деятельности необходимо для определения целей, задач и показателей деятельности учреждения на будущий период. К задачам планирования основной деятельности относятся: планирование объемных показателей по оказанию предоставленных услуг, планирование бюджета предприятие и пр.

- Планирование деятельности со стороны руководства. Повышение эффективности ведется по нескольким направлениям: анализ, мониторинг, оценка, введение инноваций и пр.

- Распределение ответственности полномочий управленческого состава.

Поскольку одним из центральных положений эффективного управления является понятие ценности именно для потребителя, важна комфортная работа сотрудников для достижения результатов.

В управлении российскими компаниями, на практике по реализации проектов совершенствования систем, были обнаружены некоторые отрицательные явления, такие как[7]:

- 1) Повторение функций;

- 2) Скрытое противостояние интересов собственников и топ-менеджеров компаний;
- 3) Отсутствие элементарных знаний в области экономики организации, отсутствие компетенции по применению инструментария менеджмента и маркетинга у большинства российских руководителей при наличии хорошего управленческого опыта;
- 4) Не имеется система улучшения деятельности организаций на всех уровнях. Частое явление - сотрудники, которые не заинтересованы в улучшениях своей деятельности и деятельности организации;

SWOT-анализ позволяет компаниям оценить свое положение на рынке, выявить проблемы и риски, а также разработать стратегии их решения.

Процесс проведения SWOT-анализа включает в себя следующие этапы:

1. Определение целей и задач анализа.
2. Сбор информации о компании и ее окружении.
3. Выявление сильных и слабых сторон компании.
4. Определение возможностей и угроз, которые могут повлиять на деятельность компании.[8]
5. Формулирование стратегий развития компании на основе результатов анализа.

SWOT-анализ является одной из наиболее распространенных методик анализа бизнес-процессов, которая позволяет компаниям оценить свое положение на рынке и разработать стратегии развития. Однако, для достижения максимального эффекта, необходимо проводить SWOT-анализ регулярно и учитывать изменения внешней и внутренней среды компании.

В таблице 1 представлен SWOT-анализ компании ООО «Роксот»:

Таблица 1. SWOT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • Полное подключение и сопровождение рекламного места; • Крупная сформированная база клиентов; • Молодой современный персонал; • Хорошие технические возможности 	<ul style="list-style-type: none"> • Мало автоматизированных процессов; • Маленькое количество персонала для достаточно крупного объема работ; • Неэффективное качество управления
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • Расширение клиентской базы; • Рост на рынке цифровой рекламы; • Расширение штата сотрудников; • Автоматизация ключевых рабочих процессов 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение конкуренции в данной сфере; • Потеря уже имеющихся клиентов; • Слабый прирост новых клиентов; • Увеличение времени выполнения работы и невозможность уложиться в сроки выполнения задач

У компании есть программный продукт «Roxot Seller» для клиентов, в котором пользователь может посмотреть состояние своего сайта или рекламной кампании.

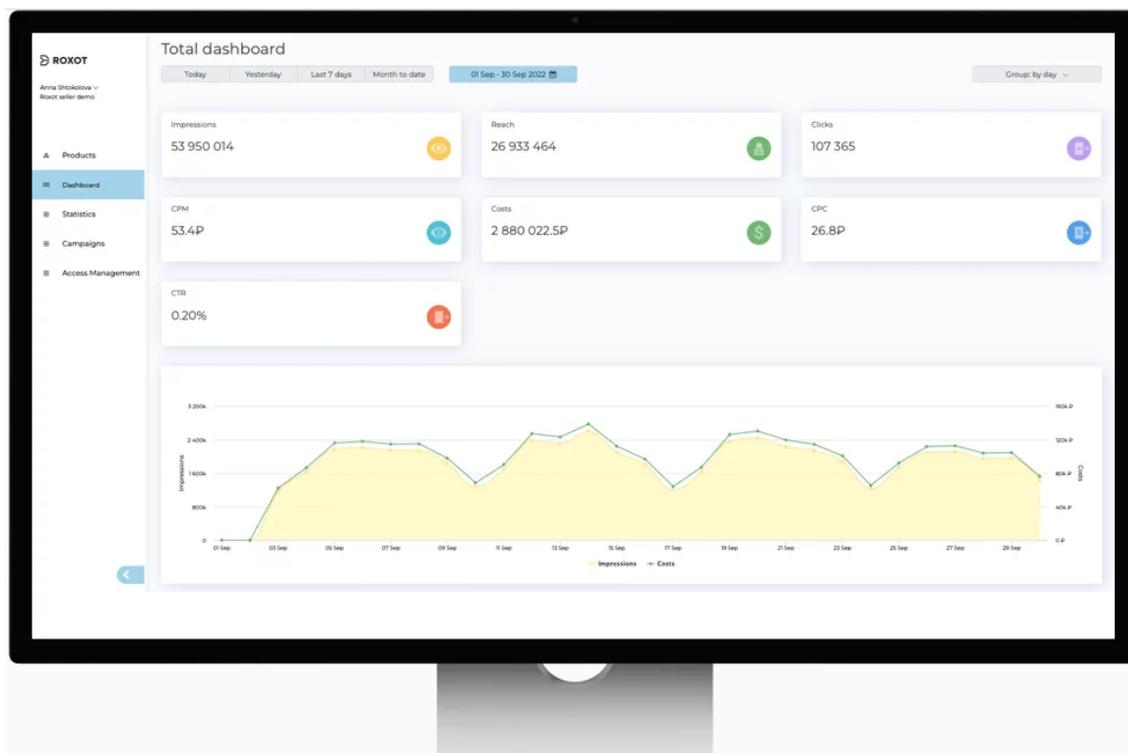


Рисунок 10. Продукт «Roxot Seller»

Произведя анализ предприятия, можно сказать, что с большинством заказов «Роксот» не может справиться, так как большая часть действий не автоматизирована, тем самым сроки дедлайнов могут быть не соблюдены. В большинстве предприятие не справляется с подготовкой цифрового инвентаря в срок, в следствие чего приходится либо отказываться от заказа, либо отдавать на изготовление другой фирме. Из-за чего предприятие теряет или не получает полноценную прибыль.

Такие проблемы могут быть связаны с:

1. Неэффективным управлением
2. Недостаточным количеством сотрудников
3. Затратами времени на многие действия вручную
4. Отсутствие автоматизации большинства процессов
5. Нет системы позволяющей передавать и хранить необходимые данные в одном месте.
6. Заниженные сроки сдачи готовой продукции заказчику.

7. Заключение договоров с заказчиком на «объемные результаты» при невозможности создания подходящих условий

На рисунке 11 представлена модель «as is»

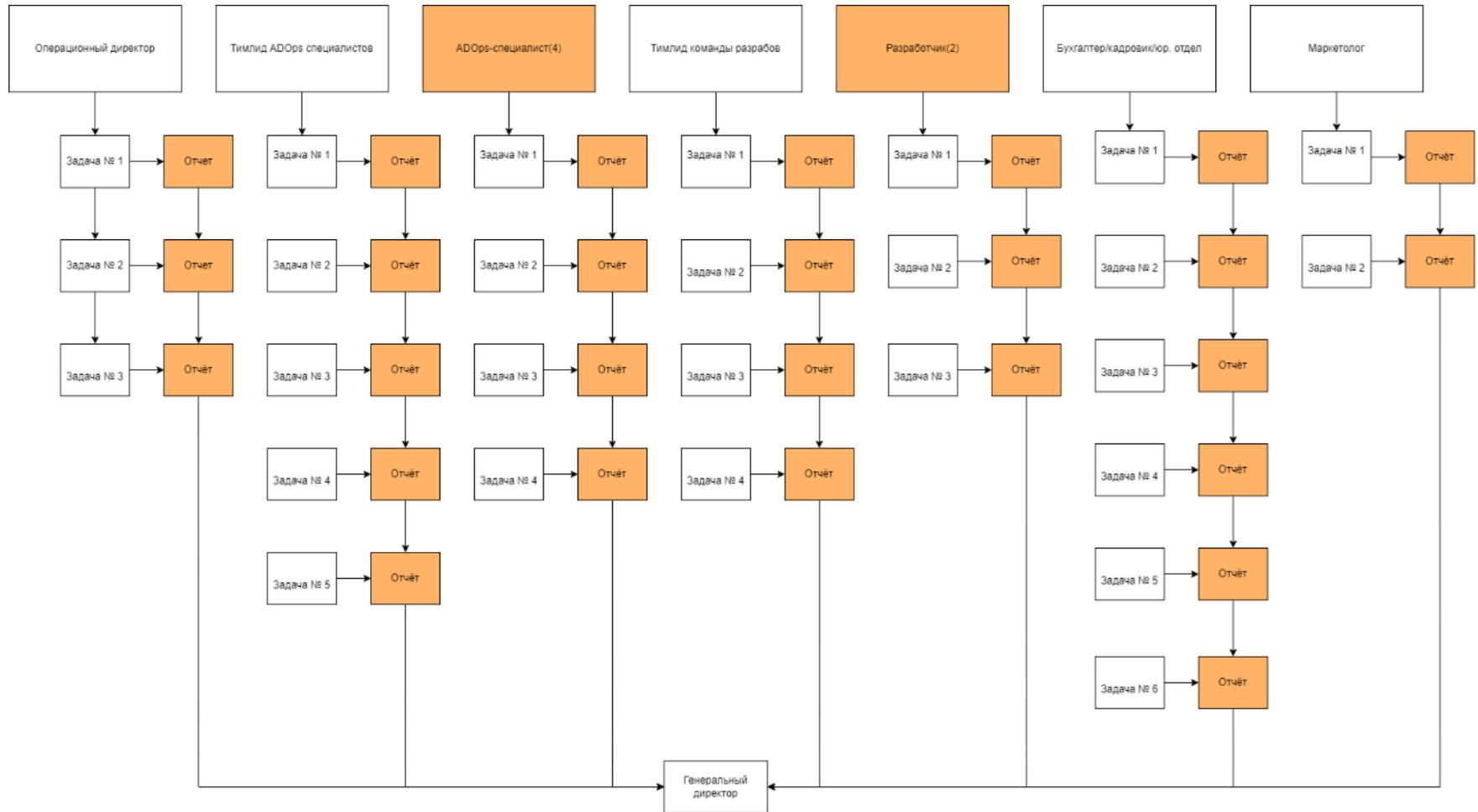


Рисунок 11. Модель «as is»

Видно, что на плечи сотрудников ложатся большие задачи, на выполнение которых в ручном режиме уходит большое количество времени, а распределение задач строится не самым равномерным образом, что может привести к снижению эффективности конкретного сотрудника.

Операционный директор является заведующим генерального, но в его обязанности, как и в обязанности всех остальных сотрудников, входят задачи формирования отчета, что снижает качество управления отделом производства, контроля выполняемых задач и увеличивает количество затраченного рабочего эффективного времени.

В повседневные задания лидера команды младших аналитиков включены рабочие задачи, на которые работник уделяет количество времени и внимания, которые должны быть затрачены в другие направления. Это происходит из-за недостаточного количества самих составляющих сотрудников команды, ведь именно они и являются основными звеньями производственного отдела, выполняя задачи анализа, создания, настроек и сопровождения деятельности рекламной компании. Помимо прочего, в их обязанности входит также создание итоговых отчетов.

Юридический, бухгалтерский отдел и отдел кадров представляет один сотрудник.

Как итог:

1. Штат компании сравнительно небольшой и каждый ее сотрудник выполняет множество обязанностей по обоим направлениям деятельности компании, что зачастую ведет к ошибкам в работе. Особая проблема в исполнительской дисциплине существует в производственной части деятельности компании- большая ответственность лежит на одном человеке (лидере команды) и, в то же время, почти никакой ответственности нет на его подчинённых. Что провоцирует такое положение дел? Это постоянная текучка и

затраты на обучение новых кадров: аналитики меняются, не выдерживая напряженной работы и огромной нагрузки; отсутствие должного контроля за выполнением заказов: срывы сроков выполнения, некоторые заказы и вовсе забываются пустить в производство, что не может отрицательно не сказываться на лояльности клиентов и имидже компании; срывы сроков напрямую ведут к различным рекламациям (претензиям) от клиентов, судебным тяжбам и дополнительным затратам компании.

2. Документооборот в компании работает «по старинке» - все договора, рекламации, проекты ведутся и хранятся только в бумажном виде. Это является основной проблемой компании. Часто важные документы просто терялись и не доносились до нужного отдела, вследствие чего, компании приходилось переделывать и устранять возникшие недостатки(проблемы) за свой счет.

3. Ни один человек в компании не может проследить стадию своего нахождения в процессе продажи/изготовления конструкции и соответственно проконтролировать его.

Для того что бы избавиться и уменьшить влияние негативных факторов были предложены следующие меры по улучшению эффективности управления компанией:

1. Увеличение штата сотрудников
2. Автоматизация большинства процессов
3. Концентрация всего внимания и работы на основном рекламном продукте
4. Изменение системы передачи и хранения итоговой информации
5. Заблаговременная закупка и подготовка нужного цифрового инвентаря
6. Анализ заказов

3. Направления совершенствования системы управления бизнес-процессами на предприятии

3.1 АСУ «Управление»

В модели «to be», исходя из проведенного анализа на рисунке 12 мы видим возможные изменения, которые могут значительно улучшить уровень компании, увеличить объем работ и скорость выполнения поставленных задач.

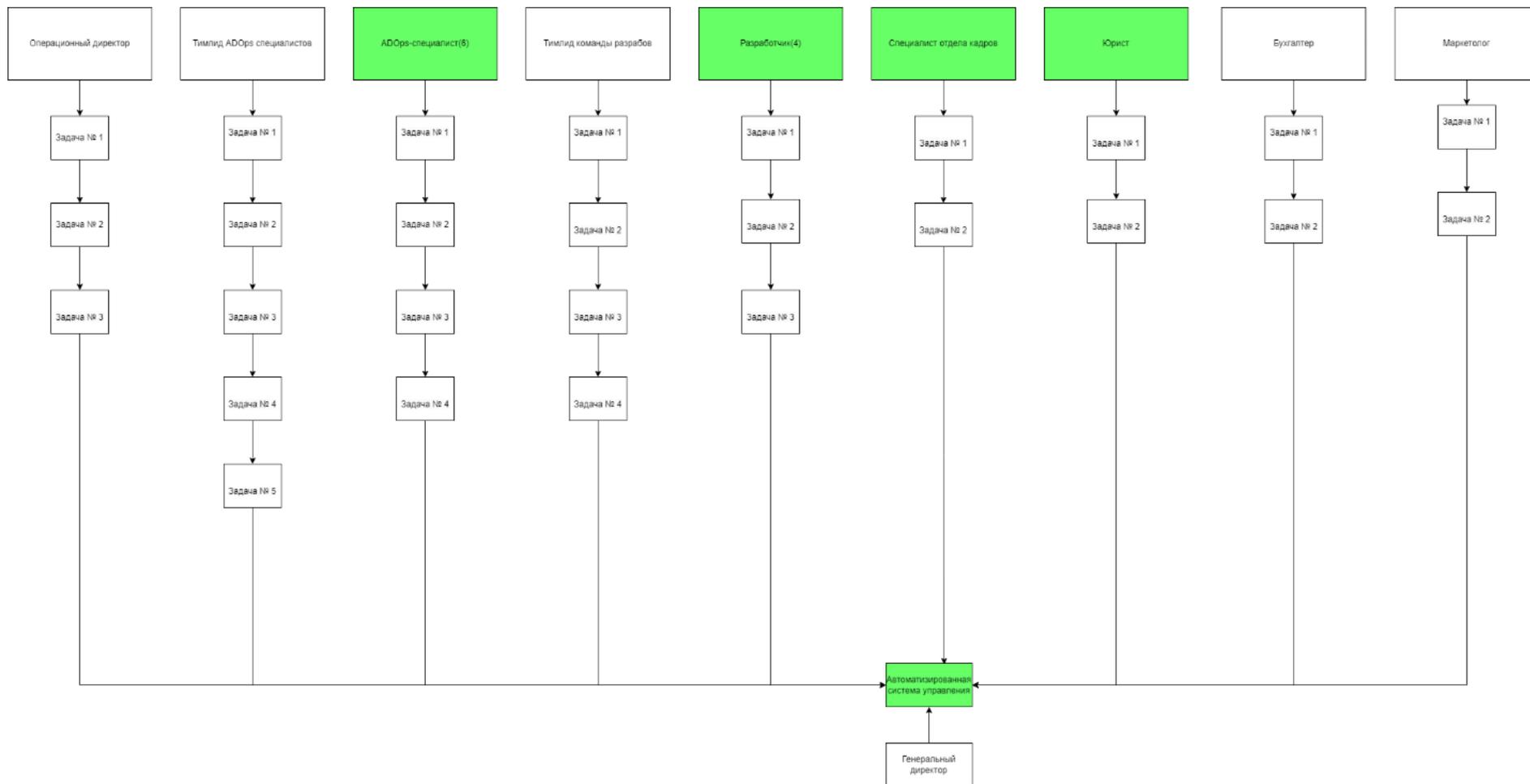


Рисунок 12. Модель «to be»

Расширение штата сотрудников позволяет равномерно распределить бизнес-задачи.

После проведения анализа вышеперечисленных проблем на предприятии, предлагается внедрить ERP автоматизированную систему управления под названием «Управление», которая будет включать в себя следующие модули: Автоматизация бухгалтерии, Автоматизация документооборота, Автоматизация отдела продаж.[9]

По предполагаемому плану, сроки внедрения должны занять от 2 до 4 недель, а обучение сотрудников и руководства данной системе будет входить в стоимость программы. Анализ опыта подобного внедрения показывает улучшение показателей, увеличение производительности при работе с документами и увеличение прибыли примерно на 10-40%.

Для эффективной работы организации необходима автоматизация отдела продаж, с помощью внедрения модуля «Отдел продаж» ERP АСУ «Управление». С её участием будет возможность одновременно решить некоторые выявленные в ходе анализа процессов проблемы. Система позволяет видеть информацию по каждому будущему потенциальному покупателю или заказчику в режиме реального времени. Это позволит централизованно наработать базу возможных клиентов, организаторов тендеров, отслеживать работу каждого менеджера с каждым клиентом, сокращает сроки и улучшает качество обработки входящих заявок, что в результате приводит к совершенствованию уровня коммерческой деятельности предприятия, а руководство компании получает оперативную информацию о работе без совещаний и отчетов. Также, можно добавить автоматическую рассылку уже подключенным и потенциальным клиентам для напоминания, интересных предложений и качественного сопровождения оказанных услуг.

Внедрение электронного документооборота компании позволит создать централизованное хранилище всей информации по проектам, договорам или же

внутренней деятельности компании. Каждый сотрудник имеет возможность ознакомиться с документами или же добавить их в общую систему управления компанией. Особенно это важно для удаленных офисов и сотрудников с выездным характером работы.

Возможная работа с документами в системе может выглядеть так:

1. Раздел захвата документов: этот модуль позволит пользователям сканировать и загружать физические документы в систему. Модуль будет включать функции, такие как OCR (оптическое распознавание символов) для автоматического извлечения текста из отсканированных документов и опции индексации для категоризации документов.

2. Раздел хранения документов: этот модуль обеспечит безопасное и централизованное место для хранения всех загруженных документов. Он будет включать функции, такие как контроль версий, контроль доступа и опции резервного копирования и восстановления.

3. Раздел поиска документов: этот модуль позволит пользователям искать и извлекать документы на основе различных критериев поиска, таких как тип документа, дата, автор и т.д. Он также будет включать функции, такие как полнотекстовый поиск, расширенные опции поиска и предварительный просмотр документа.

4. Раздел управления рабочим процессом: этот модуль автоматизирует процесс утверждения документов, позволяя пользователям определять рабочие процессы для разных типов документов. Он будет включать функции, такие как автоматические уведомления, назначение задач и отслеживание статуса документа.

5. Раздел совместной работы: этот модуль позволит пользователям совместно работать над документами в режиме реального времени. Он будет включать функции, такие как комментирование, история версий и обмен документами.

6. Раздел отчетности: этот модуль обеспечит информацию о использовании и активности документов. Он будет включать функции, такие как аналитика документов, отчеты о действиях пользователей и журнал аудита.

7. Раздел интеграции: этот модуль позволит системе интегрироваться с другими приложениями, такими как CRM, ERP и HRMS. Он будет включать функции, такие как интеграция API и синхронизация данных.

8. Раздел безопасности: этот модуль обеспечит безопасность системы управления документами, предоставляя функции, такие как аутентификация, авторизация, шифрование и меры защиты данных.

Система обмена сообщениями не позволит информации организации остаться без внимания, в журналах системы ведется учёт времени отправки, открытия и прочтения сообщения.

«Задания» - руководители отделов могут назначать задания своим сотрудникам с указанием даты выполнения, планируя работу отделов.

Схематично модель данной ERP-системы можно описать следующим образом: в единую информационную базу данных поступают все первичные сведения о деятельности компании, и на их основе программа самостоятельно строит различные отчеты, графики, прогнозы. Составляет полноценную аналитическую информацию. Все хозяйственные операции регистрируются в системе только один раз, и их влияние на результативность работы предприятия можно оценить моментально, запросив соответствующий отчет.

Возможный интерфейс системы может выглядеть следующим образом (рисунки 13-16).

Главная страница представлена основными полями:

- Продажи – количество активных клиентов и сделок с ними, краткая статистика по этим данным;

- Посетители – количество пользователей, взаимодействующее с монетизированными сайтами, а также краткая статистика роста за неделю;
 - Ошибки - раздел с критическими неизвестными ситуациями в работе, а также их возможное влияние на бизнес;
 - Объем продаж – блок, в котором расположен график денежных средств компании с возможностью экспорта данных и выбора периода времени, за который нужно построить график;
 - Топ контрагенты – клиенты с наибольшими показателями.
- Каждый блок кликабелен и содержит внутри более подробную информацию, с которой можно взаимодействовать.

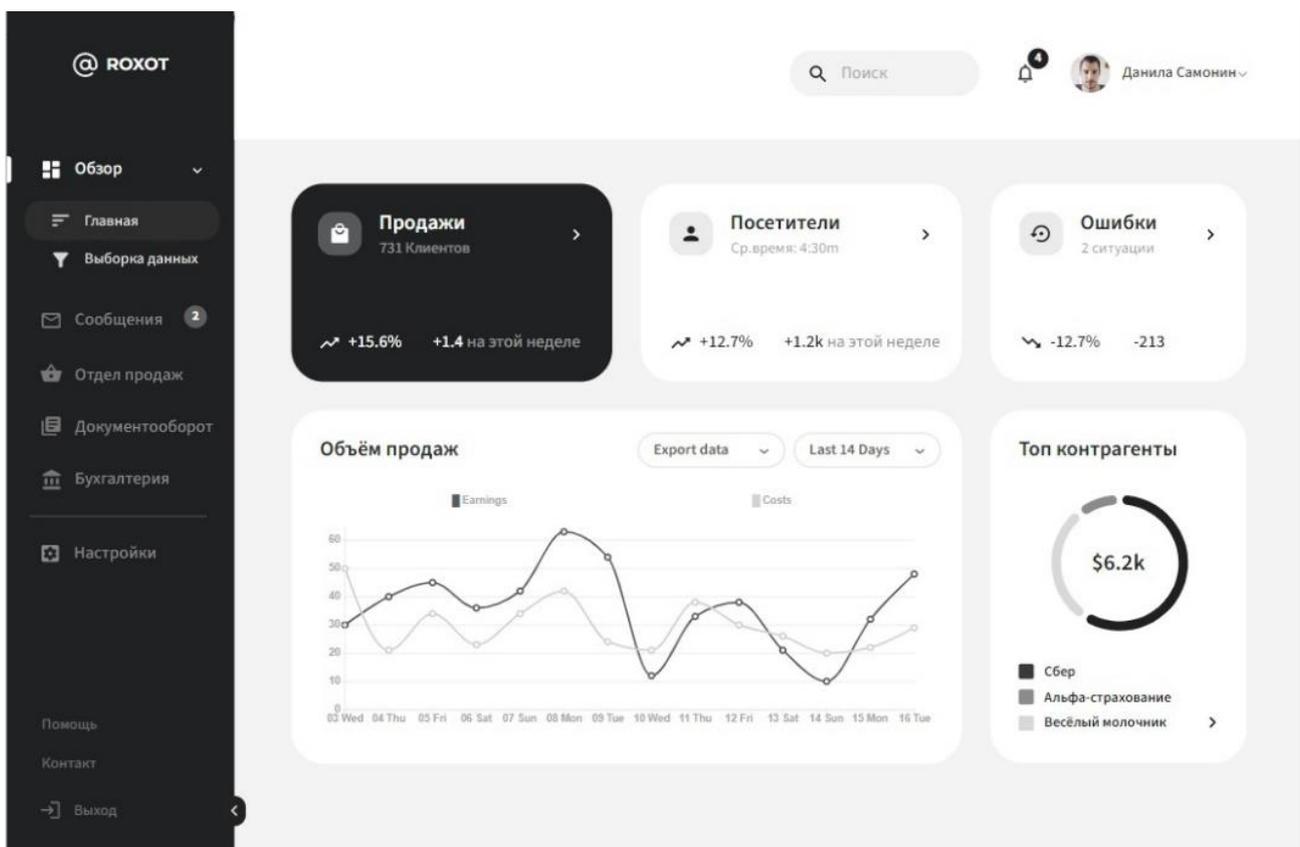


Рисунок 13. Главная страница системы

С левой стороны меню с выбором страницы, на которую необходимо перейти. Страница «Обзор» является главной и позволяет увидеть общие данные и сделать выборку по ним. Страница «Сообщения» отображает связь с потенциальными и действующими клиентами. Коммуникация внутри системы обеспечит удобство и безопасность общения. Раздел «Отдел продаж» владеет данными о всех сделках, «Документооборот» хранит все документы в одном месте, а «Бухгалтерия» распоряжается всеми финансами внутри компании. У системы есть разграничение прав доступа, например, страница «Бухгалтерия» будет не будет доступна рядовым сотрудникам компании. Система хранит в себе возможность настроек профиля, а также запрос помощи, важные контакты и кнопку «Выход» из своего профиля.

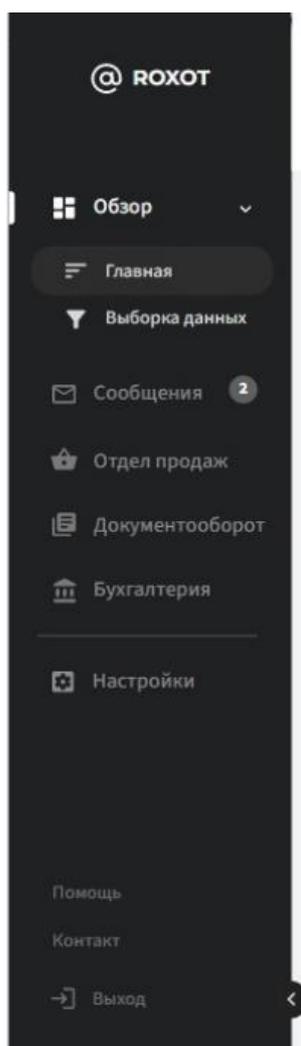


Рисунок 14. Меню системы

Перейдя в раздел «Отдел продаж», нам открываются данные о сделках. Есть кнопка добавления новой записи, в которой ручной ввод данных сведен к минимуму. В главном блоке отображается краткая информация о работе с каждым клиентом, а именно название клиента, статус работы со сделкой, тип рекламы, бюджет нашего клиента, дата начала рабочего взаимодействия с пользователем и номер сделки. Всю информацию можно сортировать и выгружать.

The screenshot displays the 'Отдел продаж' (Sales Department) interface. On the left is a dark sidebar with navigation items: 'Обзор', 'Сообщения' (with a notification badge '2'), 'Отдел продаж' (highlighted), 'Документооборот', 'Бухгалтерия', 'Помощь', 'Контакт', and 'Выход'. The main content area has a header with the title 'Отдел продаж', a search bar, and a user profile for 'Данила Самонин'. Below the header is a table of deals. The table has columns: 'Название', 'Статус', 'Тип рекламы', 'Бюджет клиента', 'Дата', and 'Номер'. There are also buttons for '+ Добавить запись', 'Выгрузка данных', and 'Сортировка'. At the bottom of the table is a pagination control showing '1 2 3 4 5 ... 20', with '2' selected.

Название	Статус	Тип рекламы	Бюджет клиента	Дата	Номер
Альфа-банк	В работе	Fullscreen	₽ 500 000	30.04.2022	39842-231
СБЕР	В работе	Stick	₽ 300 000	29.04.2022	39842-231
Весёлый молочник	В работе	Sidebar	₽ 450 000	25.04.2022	39842-231
Ситилинк	Ожидание подтверждения	Fullscreen	₽ 650 000	22.04.2022	39842-231
Простоквашино	Завершена	Sidebar	₽ 300 000	13.04.2022	39842-231

Рисунок 15. Страница системы «Отдел продаж»

И самый главный раздел системы, благодаря которому время работы с документами сократится, и автоматизация которого является приоритетом оптимизации бизнес-процессов компании, что поможет сделать эффективнее управление компании – это «Документооборот». На данной странице мы видим все документы, которые хранятся в одном месте, и важную информацию о них: название документа вместе с его номером, клиент, с которым этот документ

связан, ответственный над работой с этим документом сотрудник, дата его создания и идентификационный номер сохраненного документа. Каждый документ можно изучить подробнее, перейдя на него. Сюда же можно добавлять новые документы, заполняя удобную форму создания документа для уменьшения времени работы с файлом. Всю документацию в этом разделе можно сортировать, искать по типу файла и выгрузить нужную нам информацию.

Документ	Клиент	Ответственный	Дата	ID
Договор №39842-231	Альфа-банк	Иванов А.А.	30.04.2022	39842-231
Заявка №39842-232	СБЕР	Иванов А.А.	29.04.2022	39842-232
Чек №39842-233	Весёлый молочник	Строганов Б.Е.	25.04.2022	39842-233
Договор №39842-234	Ситилинк	Сыркина Е.Г.	22.04.2022	39842-234
Договор №39842-235	ПростоКвашино	Строганов Б.Е.	13.04.2022	39842-235

Рисунок 16. Раздел «Документооборот»

АСУ «Управление» — это система, доступ к которой имеет каждый сотрудник. В процессе выполнения задач работники могут вносить отчетность о своей работе в систему, сокращая объем работы вручную. Также, если будет необходимость, то в любой момент можно посмотреть информацию от сотрудников своего или другого отдела.

В итоге генеральный и операционный директора имеют больше свободного времени для решения задач по полученным результатам планирования и анализа продаж. Главное, генеральный директор компании может в любой момент получить доступ к любым необходимым для управленческих решений данным, тем самым получает возможность уделять большее количество времени на рассмотрение бизнес-процессов, сильных и слабых сторон компании.

3.2 Аутсорсинг

Аутсорсинг (от англ. outsourcing: (outer-source-using) использование внешнего источника и/или ресурса) — передача организацией на основании договора определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. В отличие от услуг и поддержки, имеющих разовый, эпизодический или случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции по профессиональной поддержке бесперебойной работы отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года).

Плюсы аутсорсинга:

1. Сокращение затрат на персонал и оборудование. Аутсорсинг позволяет сократить затраты на содержание собственного штата специалистов и оборудования, что особенно актуально для небольших компаний, которые не могут позволить себе содержать большой штат сотрудников.

2. Увеличение эффективности и производительности. Аутсорсинг позволяет компаниям сосредоточиться на основной деятельности, не отвлекаясь на вспомогательные процессы, что повышает эффективность и производительность бизнеса.

3. Большая гибкость в управлении бизнесом. Аутсорсинг позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в рыночной ситуации, изменять объемы услуг, а также быстро находить новых партнеров-аутсорсеров.

4. Возможность концентрации на основной деятельности компании. Аутсорсинг позволяет компаниям сконцентрироваться на своей основной деятельности, не отвлекаясь на вспомогательные процессы, что повышает качество и конкурентоспособность продукции или услуг.

5. Доступ к специалистам с высокой квалификацией и опытом работы. Аутсорсеры, как правило, имеют большой опыт работы в своей области, что позволяет компаниям получить доступ к высококвалифицированным специалистам без необходимости содержать их в собственном штате.

6. Снижение рисков. Аутсорсеры берут на себя риск выполнения работ и предоставления услуг, что снижает риски для компании.

7. Экономия времени. Аутсорсинг позволяет компаниям сэкономить время на поиске и найме новых сотрудников, обучении их и организации рабочего процесса.

8. Масштабируемость. Аутсорсеры могут быстро масштабировать свою работу в зависимости от потребностей компании, что позволяет быстро адаптироваться к изменениям в рыночной ситуации.

9. Оптимизация процессов. Аутсорсеры, как правило, имеют большой опыт работы в своей области и могут предложить компании оптимальные решения для оптимизации процессов и повышения эффективности работы.

10. Улучшение качества услуг. Аутсорсеры, как правило, специализируются в узкой области и имеют большой опыт работы, что позволяет им предоставлять услуги высокого качества.

Минусы аутсорсинга:

1. Потеря контроля над процессами, которые были переданы на аутсорсинг.
2. Риск утечки конфиденциальной информации.
3. Ограниченность в выборе партнеров-аутсорсеров.
4. Необходимость дополнительных затрат на координацию работы с партнерами.
5. Риск потери качества услуг, предоставляемых аутсорсером.

Сравнение ERP АСУ и аутсорсинга:

1. Цель: ERP АСУ направлен на автоматизацию бизнес-процессов внутри компании, в то время как аутсорсинг предназначен для передачи определенных функций или задач третьей стороне.
2. Управление: ERP АСУ позволяет компаниям управлять своими бизнес-процессами в единой системе, в то время как аутсорсинг требует управления отдельными поставщиками услуг.
3. Стоимость: ERP АСУ может потребовать значительных затрат на внедрение и обслуживание, в то время как аутсорсинг может быть более экономически выгодным.
4. Контроль: ERP АСУ позволяет компаниям иметь более полный контроль над своими бизнес-процессами, в то время как аутсорсинг требует доверия к поставщику услуг.
5. Гибкость: ERP АСУ может быть более гибкой и настраиваемой, в то время как аутсорсинг может ограничивать возможности компании.

В целом, ERP АСУ и аутсорсинг могут быть полезными для компаний в зависимости от их потребностей и целей. ERP АСУ может быть более подходящим для компаний, которые хотят иметь полный контроль над своими бизнес-процессами, в то время как аутсорсинг может быть более экономически

выгодным для компаний, которые хотят передать определенные функции третьей стороне.

Существует множество различных подобных аутсорсинговых систем:

1. Amazon Mechanical Turk - платформа для выполнения микрозадач, таких как разметка данных, опросы и тестирование.

2. Upwork - платформа для поиска фрилансеров, которые могут выполнить задания в различных областях, включая программирование, дизайн и переводы.

3. Fiverr - платформа для поиска фрилансеров, которые могут выполнить задания по цене от \$5.

4. Freelancer - платформа для поиска фрилансеров, которые могут выполнить задания в различных областях, включая программирование, дизайн и маркетинг.

5. TopTal - платформа для поиска высококвалифицированных фрилансеров в области программирования, дизайна и управления проектами.

6. 99designs - платформа для поиска дизайнеров, которые могут создавать логотипы, веб-дизайн и другие графические элементы.

7. Guru - платформа для поиска фрилансеров, которые могут выполнить задания в различных областях, включая программирование, дизайн и маркетинг.

8. Crowdspring - платформа для поиска дизайнеров, которые могут создавать логотипы, упаковку и другие графические элементы.

9. Task Rabbit - платформа для поиска людей, которые могут выполнить задания в реальном мире, такие как уборка, доставка и сборка мебели.

10. PeoplePerHour - платформа для поиска фрилансеров, которые могут выполнить задания в различных областях, включая программирование, дизайн и маркетинг.

3.3 Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий

Для разработки, тестирования и внедрения предложенных решений автоматизации управленческих решений, предлагается нанять специалиста данной области. В обязанности разработчика входит выполнение требований по готовому анализу и техническому заданию, разработка самой системы, её тестирование и интеграция с уже существующим ПО.

Анализируя богатый опыт внедрения подобных систем на предприятии, а также примерные данные по оплате труда в открытом доступе ресурса Интернет, можно предположить примерные затраты на выполнение поставленных задач, тогда ожидается сумма, равная 300 000-350 000 рублей. Данные расходы окупятся в течении года работа компании.

По итогам внедрения предложенных решений, ожидается увеличение прибыли компании до 20% (рисунок 17), по сравнению с показателями при отказе от совершенствования управления бизнес-процессами путем внедрения системы.

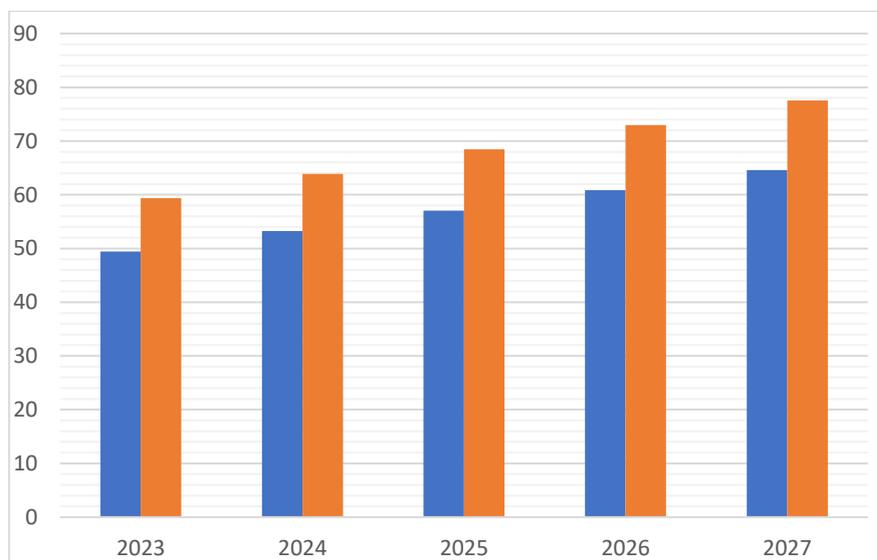


Рисунок 17. График экономической эффективности внедрения системы

Заключение

Таким образом, модернизация бизнес-процессов является важным инструментом для улучшения качества управления. Она позволяет оптимизировать рабочие процессы, ускорить принятие решений и повысить эффективность работы компании. В результате внедрения современных технологий и методов управления, бизнес-процессы становятся более гибкими и адаптивными к изменяющимся условиям рынка. Это позволяет повысить конкурентоспособность компании и обеспечить ее стабильный рост в долгосрочной перспективе. Поэтому модернизация бизнес-процессов является необходимой составляющей успешного управления любой компанией.[10]

Кроме того, модернизация бизнес-процессов помогает снизить издержки и улучшить качество продукции или услуг. Она позволяет автоматизировать рутинные задачи, уменьшить количество ошибок и повысить точность выполнения задач. Это сокращает время на производство и улучшает качество продукции, что в свою очередь повышает удовлетворенность клиентов и увеличивает прибыль компании.

Также, необходимо проводить своевременный анализ деятельности предприятия. Вовремя обнаруженные проседающие направления компании могут помочь избежать дальнейших неожиданно возникших проблем и быстро адаптироваться к изменениям, на которые невозможно оказать влияние.

В процессе выпускной квалификационной работы на примере конкретного предприятия ООО «Роксот» благодаря различным методикам оптимизации бизнес-процессов, я смог проанализировать текущее состояние компании, выявить существенные минусы, предложить варианты решения проблем и реализовать одно из них методом внедрения автоматизированной системы управления «Управление», что помогло оптимизировать бизнес-процессы компании для повышения качества управления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бизнес-процессы промышленного предприятия : учебное пособие / Н. Р. Кельчевская, С. А. Сироткин, И. С. Пелымская [и др.] ; [под общей редакцией Н. Р. Кельчевской] ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. — 339,[1] с. — ISBN 978-5-7996-1824-7.(дата обращения 03.05.2023)
2. Совершенствование бизнес-систем. Методы, инструментарий, опыт: учебн. пособие. Пер.с укр./ В. А. Лелюк, А. В. Лелюк, Н. П. Пан; Харьк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х: ХНАГХ, 2011. – 438 с. ISBN 978–966–695–220–5 (дата обращения 11.05.2023)
3. Вайкок М.А. Особенности влияния бизнес-процессов на эффективность деятельности предприятия // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2014. №4. С. 172–176. (дата обращения 06.05.2023)
4. Википедия. Свободная энциклопедия 2023 г. [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/> (Дата обращения 05.05.2023)
5. ФНС России [Электронный ресурс] URL: <https://egrul.nalog.ru/> (дата обращения: 04.05.2023)
6. Сайт компании Роксот [Электронный ресурс]URL: <https://roxot.com/> (дата обращения 13.05.2023)
7. Бойдел Т.Н. Как улучшить управление организацией: пособие для руководителя / Т.Н. Бойдел. – Москва: АО «Ассиана», 2016.-117 с
8. Сафонова Е.П. Совершенствование менеджмента бизнес-процессов (на примере ООО «Аргус») // федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет». 2017. С. 61–65. (дата обращения 16.05.2023)
9. Вишняков О. Процессно-ориентированный подход в управлении организацией / О. Вишняков, И. Дятлова [Электронный курс]. – режим доступа: <http://www.management.com./ERP-system.html>.

10. Цуканова, О. А. Методология и инструментарий моделирования бизнеспроцессов: учеб. пособие / О. А. Цуканова. – Санкт-Петербург: Университет ИТМО. – 2015. – 101 с