

Трохлюк Т.Н.

Национальный университет водного хозяйства и природопользования

АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЗАЦИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ В СТАНОВЛЕНИИ РЫНКА ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Аннотация

Разработанная концептуальная схема экологизации рыночных отношений землепользования. Предложенные предпосылки экологизации рынка земель сельскохозяйственного назначения с учетом природных факторов и рыночных трансформаций в функционировании экономики. Основными из них являются баланс интересов государства, арендаторов и фермеров; ценообразование земель и ответственность за ее качество; запрет на изменение целевого назначения сельскохозяйственных земель; формирование эффективной и адекватной аграрной политики путем внедрения принципов функционирования совместной аграрной политики ЕС и др. Доказано, что способы государственного регулирования развитых рыночных отношений должны согласовываться с положениями проекта Закона Украины «О рынке земель».

Ключевые слова: экологизация рынка, земельные ресурсы, трансформация, природопользование.

Trokhliuk T.M.

National University of Water Management and Natural Resources Use

ASPECTS OF GREENING AND TRANSFORMATION IN THE FORMATION OF LAND MARKET

Summary

The conceptual scheme of greening of land market relations has been developed. The conditions of greening of agricultural land market, taking into account natural factors and market transformations in the economy, have been proposed. The main ones are the balance of interests of the state, tenants and farmers; pricing of land and responsibility for its quality; ban on changing purpose of agricultural land; formation of effective and adequate agricultural policy by implementing principles of the EU Common Agricultural Policy and others. It is proved that the methods of state regulation of market relations have to comply with the provisions of the Law of Ukraine «On Land Market»

Keywords: greening of the market, land, transformation, natural resources use.

УДК 658:005.55

РЕІНЖИНІРИНГ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Чайковська М.А., Маленко М.В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

У статті розглянуто аналіз сутності реінжинірингу, його відмінність від інших програм поліпшення роботи підприємства. Систематизовано алгоритми проведення реінжинірингу. Обґрунтовано параметри конкурентоспроможності та роль реінжинірингу у формуванні додаткових конкурентних переваг, методи впливу на функціонування компанії. Наведено приклади успішних результатів впровадження реінжинірингу на світових підприємствах.

Ключові слова: реінжиніринг, конкурентоспроможність, менеджер, реструктуризація, конкурентна перевага товару, ефективність роботи.

Постановка проблеми. Питання сучасного стану і розвитку реінжинірингу є актуальним у всьому світі. Це зумовлено тим, що у сучасних умовах мінливості ринкового середовища, постійних технологічних змін та жорсткої конкуренції, знайти вільну економічну нішу підприємствам все складніше. Через глобалізацію економіки виникає значна кількість конкурентів, які можуть вводити на ринок нові продукти та послуги. Перед господарючими суб'єктами постає надважливе завдання, не тільки реконструювати систему функціонування, але й удосконалити адаптаційні механізми для досягнення конкурентоспроможності на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засновниками методології реінжинірингу являються М. Хаммер та Дж. Чампі. Саме вони вперше ввели поняття «реінжиніринг» на початку 90-х років. З початком епохи глобалізації та комерційного використання Інтернету ідеї реінжинірингу набувають популярності серед найбільш успішних компаній. Вивченням питання реінжинірингу займаються й вітчизняні вчені: О. Виноградова, М. Черненко, Т. Пуліна та інші, які у своїх наукових працях розглядають сутність терміну «реінжиніринг бізнес-процесів», проводять порівняльний аналіз різних трактувань даного поняття.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У працях науковців не розглядаються про-

блемні питання оптимізації зовнішніх бізнес-процесів, що є фундаментом реінжинірингу. Також потребують ґрунтовного дослідження такі проблеми, як відсутність єдиної методики реінжинірингу, яку можна було б застосовувати на будь-якому підприємстві.

Формулювання цілей статті. Цілями статті є визначення особливостей реінжинірингу (в порівнянні з іншими процесами удосконалення), його вплив на конкурентоспроможність та ефективність роботи підприємства, побудова сценаріїв проведення реінжинірингу та наведення прикладу його успішного проведення в IBM Credit.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж досліджувати роль реінжинірингу у формуванні додаткових конкурентних переваг та поліпшенні ефективності роботи підприємства, варто зазначити суть даної дефініції. Реінжиніринг – це реорганізація бізнес-процесів на підприємствах. При цьому мається на увазі не просто удосконалення бізнес-процесів організації, а фундаментальне переосмислення та кардинальне підвищення їх ефективності [1].

Важливим є дослідження понять, схожих за функціональними ознаками з поняттям «реінжиніринг бізнес-процесів». У науковій праці «Реінжиніринг корпорації» М.Хаммера зазначено, що люди часто асоціюють поняття реінжинірингу з реструктуризацією та скороченням персоналу, що є хибною думкою. Дійсно, реструктуризація, скорочення персоналу – це поверхневі процеси спрямовані на підвищення показників діяльності підприємства шляхом удосконалення вже існуючих бізнес-процесів. А реінжиніринг впроваджується не орієнтуючись на вже існуючі бізнес-процеси, його мета – отримання конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності компанії шляхом радикального перепроектування (табл. 1).

Таблиця 1

Параметри відмінності економічних категорій «удосконалення» та «реінжиніринг»

Назва параметра	Процес удосконалення	Реінжиніринг
Рівень змін	Поступовий	Радикальний
Початкова точка	Існуючий процес	З «чистого аркушу»
Частота змін	Безперервно – одночасно	Одночасно
Необхідний час	Незначний	Тривалий
Напрямок	Знизу – доверху	Зверху – вниз
Сфера	Вузька, на рівні функцій	Широка, між функціональна, на рівні процесів
Ризик	Помірний	Високий
Основний засіб	Статистичне та емпіричне дослідження	Інформаційні технології

Джерело: систематизовано автором на основі [2].

Нові конкуренти на ринку почали з'являтися все частіше, аналогічні товари продаються на різних ринках, а фактори конкуренції стають різноманітнішими. Це асортимент, ціна на продукцію чи послугу, якість, сервіс. Всі ці характеристики дають можливість підприємству мати переваги над своїми конкурентами, а для споживача – це оптимальне поєднання споживчих характеристик товару (рис. 1).

Застосування реінжинірингу спрямоване на кардинальні зміни, що базуються на нових поглядах та радикальних діях, які є в свою чергу поштовхом для розвитку підприємства. При максимальній ефективній роботі кожного його відділу формується

високий рівень конкурентоспроможності. Варто зазначити методи впливу реінжинірингу на функціонування організації, наприклад:

1) підвищення ступеня задоволення споживача, включаючи постійну роботу з клієнтом, орієнтацію на його поточні та майбутні потреби;

2) скорочення тривалості виробничого циклу, докорінне зменшення кількості процесів та їх вартості, різке зниження витрат часу на виконання функцій [3];

3) поліпшення контролю за якістю, тобто за надійністю, довговічністю, безвідмовністю (здатність виконувати свої функції без дефектів), ремонтопридатністю;

4) підвищення ролі кожного працівника організаційної групи, заохочення ініціативності;

5) забезпечення прискореного впровадження нових технологій, адже вони сприяють новаціям, полегшується доступ до інформації;

6) вибору стратегії фірми, орієнтована на перспективні потреби клієнта;

7) набору нових бізнес-правил або бізнес-процедур, які дозволять знизити рівень витрат, зменшити час прийняття рішень; нова організаційна структура управління, умови праці персоналу (створення нової системи заохочення та покарання), обсяги прав та ресурсів робітників та підхід щодо отримання інформації від споживачів [4].

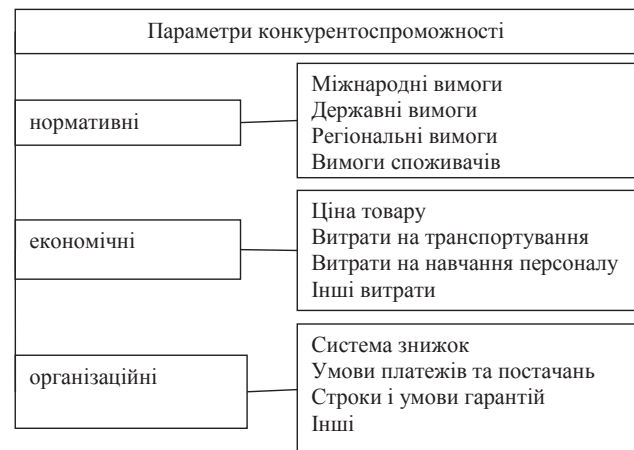


Рис. 1. Параметри конкурентоспроможності товару
Джерело: [3]

Існують різні сценарії проведення реінжинірингу (алгоритми). Це заходи, обґрунтовані економістами в наукових працях:

а) діагностика й оптимізація – це найменш витратний варіант, який передбачає перехід на провально орієнтовану організацію менеджменту підприємства з відповідними змінами в кадровій політиці, оптимізацією взаємовідносин між споживачами та постачальниками, реорганізацією бізнес-процесів, більш повним, раціональним використанням ресурсних можливостей підприємства [5];

б) визначено напрямки змін кадрової політики підприємства в результаті впровадження реінжинірингу: збільшення повноважень щодо ухвалення рішень; підвищення вимог до професійних якостей та рівня освіченості працівників; оплата їх праці, виходячи зі створених ними цінностей для клієнтів; преміювання відповідно досягнутих результатів; нематеріальні заохочення (грамоти, особиста подяка керівництва); внесення змін в культуру організації, її концентрації на клієнтах і їхніх потребах; зміна ролі керівників та менеджерів (наставники, тренери), які роз'яснюють мету проведення реін-

жинірингу, пояснюють роль кожного працівника, організування тренінгів, що спрямовані на підвищення продуктивності праці, зменшенню конфліктних явищ у колективі;

с) подальший розвиток обґрунтування можливостей інформаційних технологій щодо досягнення цілей реінжинірингу бізнес-процесів, що ґрунтуються на: зміні існуючих технологій реалізації бізнес-процесів до рівня раціональних технологій за рахунок їхньої автоматизації; істотному поліпшенні координації дій під час виконання бізнес-процесів за рахунок швидкого доступу до необхідної інформації в межах компанії [6, с. 13].

Успішне застосування цих сценаріїв дозволяє підвищити не лише конкурентоспроможність підприємства, а й зростання продуктивності праці, скорочення часу, покращення якості товару, рівня обслуговування, сервісу, підвищення ефективності шляхом зменшення витрат. Варто зазначити, що змінюється оцінка ефективності роботи й оплати праці працівників від оцінки діяльності до оцінки результату. Також після проведення реінжинірингу команда відповідає за його результати, і в цьому разі підприємство може виміряти ефективність роботи команди й оплатити її відповідно до отриманого результату.

Загальновідомими успішними прикладами проведення реінжинірингу є компанії IBM Credit, Ford та Kodak.

Компанія IBM Credit завдяки реінжинірингу забезпечила приріст продуктивності праці на більше, ніж 90% (дані з «Реінжиніринг корпорації» М. Хаммера). Компанія IBM Credit займається фінансуванням продажу комп'ютерів, програмного забезпечення і послуг щодо кредитування покупок клієнтів. До впровадження реінжинірингу компанія витрачала багато часу на надання послуг клієнтам (6-14 днів). Коли агенти телефонували з приводу кредитування, то процес відбувався в сім етапів:

- 1) реєстрація замовлення про фінансову операцію на папері;
- 2) введення заяви в електронну систему та перевірка платоспроможності клієнта;
- 3) результати перевірки передаються до комерційного відділу на папері;
- 4) корегування відділом договору;
- 5) внесення особливих умов до договору;
- 6) внесення кінцевого договору в електронну систему, визначення фахівцями яку процентну ставку треба призначити клієнту;

7) запис ставки на папері, передача інформації до канцелярії, де затверджувався документ, а вже потім передавався клієнту [7].

Звичайно, що за весь цей час клієнт мав можливість знайти інше джерело фінансування. Таким чином, менеджери IBM Credit провели дослідження щодо ефективності реінжинірингу. Виявилось, що замовлення можна виконати за 90 хвилин. Компанія провела реінжиніринг кадрової структури. IBM Credit почала приймати на роботу працівників широкого профілю. Тобто замість того, щоб пересилати документацію з одного відділу до іншого, компанія найняла одного співробітника координатора операції (deal structurer), який оформляв замовлення без ніякої поетапної пересилки.

Слід зазначити, що реінжиніринг це не просто сучасна тенденція, а наслідок жорстокої конкурентної боротьби, яка вимагає запровадження наукомістких інноваційних технологічних засобів підвищення продуктивності й ефективності діяльності підприємства [4].

Висновок. Підсумовуючи, варто зазначити, що передумовами виникнення реінжинірингу як нової ідеології управління стали: прогрес в інформаційних технологіях та успіхи його прикладної адаптації у сфері виробництва й управління; поширення прихильності споживачів до індивідуалізації продукції масового споживання високої якості й сервісу; науково-технічний прогрес, поява новітніх технологій та, як наслідок, посилення конкурентної боротьби на ринках збуту.

Пріоритет використання саме реінжинірингу, як методу антикризового управління перетвореннями підприємства, полягає у його здатності стрімко втілюватися у життя, незважаючи на докорінні зміни сталих управлінських функцій та характер виконуваних менеджерами робіт.

Застосування реінжинірингу може поліпшити адаптацію підприємства до змін зовнішнього середовища, підвищити його конкурентоспроможність, ефективність роботи в цілому, можливо навіть стрімко вийти у лідери, все це можливо завдяки:

- 1) активізації роботи з клієнтами, орієнтація на їх поточні потреби та прогнозування майбутніх;
- 2) зменшенню тривалості виробничого циклу, а отже зниженню витрат часу;
- 3) реорганізації кадрової політики;
- 4) прискороному впровадженні технологій, які полегшують доступ до інформації.

Список літератури:

1. Реінжиніринг бізнес-процесів [Електронний ресурс] / Назва з титульного екрану – Режим доступу: http://nebook.net/book_ekonomka-ta-upravlnnya-na-pdprimstv_659_page_41
2. Мирошніченко Ю. В. Науково-понятійний апарат реінжинірингу бізнес-процесів підприємства [Електронний ресурс] / Ю. В. Мирошніченко, А. І. Філіпова // Бізнес Інформ. – 2012. – № 6. – Режим доступу до журналу: <http://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-ponyatiynyy-apparat-reinzhiniringa-biznes-protsesov-predpriyatiya>
3. Реінжиніринг бізнес-процесів: зміст та основна характеристика [Електронний ресурс] / Назва з титульного екрану – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/28/1898.html>
4. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій / Л. Г. Шморгун // Менеджмент організацій: науково-аналітичний збірник. – К.: Знання. – 2010. – 452 с.
5. Нікітенко Г. А. Основні теоретичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів торговельних підприємств / Г. А. Нікітенко // Практик-продаж. – Донецький: Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2009. – № 5. – С. 7-10.
6. Виноградова О. В. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті: дис. доктора ек. наук: 23.01.05 / Виноградова Олена Володимирівна. – Д., – 2006. – 100 с. – С. 13-17.
7. Ковальов В. Г. Концептуальні засади дослідження актів державного управління [Електронний ресурс] / В. Г. Ковальов, В. В. Шевченко // Вісник Академії митної служби України. – 2009. – № 1. – Режим доступу до журналу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vamcudu_2009_1_3.pdf

Чайковская М.А., Маленко М.В.

Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт»

РЕИНЖИНИРИНГ КАК ВАЖНЫЙ КОМПОНЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрен анализ сущности реинжиниринга, его отличие от других программ улучшения работы предприятия. Систематизированы алгоритмы проведения реинжиниринга. Обоснованы параметры конкурентоспособности и роль реинжиниринга в формировании дополнительных конкурентных преимуществ, методы воздействия на функционирование компании. Приведены примеры успешных результатов внедрения реинжиниринга на мировых предприятиях.

Ключевые слова: реинжиниринг, конкурентоспособность, менеджер, реструктуризация, конкурентное преимущество товара, эффективность работы.

Chaikovska M.A., Malenko M.V.

National Technical University of Ukraine
«Kyiv Polytechnic Institute»

REENGINEERING AS AN IMPORTANT COMPONENT OF THE COMPETITIVENESS AND EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

Summary

The article reviews the analysis of the essence of reengineering, its differences compared to other programs improving operation of the enterprise. Reengineering algorithms were systematized. The options of competitiveness and the role of reengineering in the formation of additional competitive advantages, methods for influencing the functioning of the company have been grounded. Examples of successful results of reengineering in global businesses have been provided.

Keywords: reengineering, competitiveness, manager, restructuring, product competitive advantage, efficiency.

УДК 332.146.2

WAYS AND PROBLEMS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF BUILDING COMPANIES

Yanchenko N.V., Sidorova Y.R.

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

The basic concepts of competitiveness are examined in the context of building organizations. In order to compete successfully, enterprises must renew technological equipment, perfect technologies of production, conduct marketing researches, study strengths and weaknesses of competitors, study an internal and external market, find out the possibilities and, as a result, produce competitive products, that will allow not only to retain positions at the market but also occupy its greater segment.

Keywords: competitiveness, competitive edges, competitive activity, building organizations.

The relevance of the study subjects improve the competitiveness of the company due to the fact that the company in today's world it is very difficult to «keep afloat», keeping to his credit, and consumers get the most profits. Every company, regardless of size, always wants to take a leading position in the market, creating much-needed innovative and investment products, have at their disposal a high-performance material and technical base and the best footage.

The relevance of the research topic. In order to achieve results in the construction market of manufacturers is not only important to compare your company with competitors, but also to find ways to improve and introduce new technologies, to create enterprise development strategy.

The aim of this work is a theoretical and methodological study and develop recommendations to im-

prove the company's development strategy in today's market of construction products.

The primary research material.

Competitiveness, as part of a competitive relationship, is a category that combines meaningful moments of competition and monopoly, as well as their social and state regulators [1].

Competition in the market is shown in the form of growth in the sale of goods in large quantities than its competitor, the sale of goods of better quality than the competition. It may be the result of setting lower than its competitor, the price may be the result of an intensive advertising campaign, better organization of the sales process, the active search for buyers and sellers, etc.

Competition (from the Latin. *Concurrere* – face) is a mechanism of competition in the goods market, market structures fighting for the right to find a