

лении ESG-рисками, насколько полно предоставляет информацию для участия в рейтингах и индексах.

Таким образом, реализация ESG-концепции на практике позволяет компаниям формировать устойчивую долгосрочную стратегию развития на основе учета интересов всех заинтересованных сторон, а также следовать современным трендам в сфере менеджмента.

УДК 658.5

Студ. Е.В. Мисиевич

Науч. рук. зав. кафедрой Е.В. Рoccoха
(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Существуют различные подходы к управлению, например, структурный (или функциональный) подход, рассматривающий предприятие как совокупность некоторых статических структур, выполняющих определенные функции. Специфика же процессного подхода предполагает взгляд на предприятие как связанное множество бизнес-процессов. Бизнес-процесс, с одной стороны представляет собой совокупность взаимосвязанных видов деятельности, преобразующая входы в выходы, которые имеют ценность для потребителя, с другой – логическую последовательность действий человека (или нескольких человек) в коллективе. А целью описания бизнес-процесса являются анализ и регламентация тех или иных действий в коллективе.

Концепция процессного подхода как системы управления заключается в выделении конкретных бизнес-процессов компаний, определении одного из участников в качестве владельца бизнес-процесса и делегировании ему полномочий и ответственности по управлению данным процессом. В качестве входов в процессной методологии могут выступать: информация, документация, материалы, оборудование, человеческие ресурсы и так далее. Выходами бизнес-процессов является результат деятельности, который имеет ценность как для внешнего заказчика, так и для внутреннего. Стоит отметить, что важной отличительной особенностью процессного подхода от других моделей управления является не только выделение бизнес-процессов, но и постоянное их совершенствование. Обычно это реализуется на основе реинжиниринга.

Практика показывает, что для реализации процессного подхода необходимо обосновать и регламентировать следующие составляющие:

- бизнес-процесс – объект управления с определением границ системы (контекст – внешнее окружение; подсистемы и компоненты, входящие в систему; потребляемые ресурсы и получаемые результаты и т.д.);
- ключевые показатели эффективности (КПИ/ КПЭ), включая систему их планирования и контроля – система измеримых показателей, отражающих результативность и эффективность, используемых для управления бизнес-процессом (планирование, контроль, мотивация);
- владелец бизнес-процесса – участник бизнес-процесса, которому делегированы полномочия и ответственность по управлению бизнес-процессом;
- регламент бизнес-процесса – описание объекта управления в объеме, необходимом для всех заинтересованных лиц. В первую очередь для участников бизнес-процесса, его владельца и контролеров;
- система мотивации участников бизнес-процесса на достижения его результатов.

УДК 330.133.33:665.58

Студ. М.П. Сосина

Науч. рук. зав. кафедрой Е.В. Рoccoха

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

УПРАВЛЕНИЕ ФАКТОРАМИ СТОИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность эффективного управления стоимостью компании непрерывно возрастает ввиду глобализации, значительного усложнения бизнес-среды, появления новых рисков, ускорения научно-технического прогресса. Все это приводит к усложнению процессов и системы финансового управления стоимостью компании, которые нуждается в совершенствовании и адаптации к внешним и внутренним условиям хозяйственной деятельности.

Управление стоимостью состоит из двух составляющих: стоимостного мышления и управленческих процессов, переводящих это мышление в действие. Стоимостное мышление заключается в том, что максимизация стоимости компании принимается за главную финансовою цель компании. Дело в том, что компания не может работать непосредственно со стоимостью. Выявляются факторы ее создания, на которые можно влиять (например, скорость обслуживания клиентов, себестоимость продукции, организационные процедуры и т. д.). Они создают потребительскую ценность для клиентов, определяют денежные потоки и, следовательно, влияют на стоимость.