

ბიზნეს-ინჟინერიზმი და ბიზნეს-მოდელირება

რუსუდან ქუთათელაძე, სტუ-ს სრული პროფესორი

ლუარა გვაჭაია

XX

ნებისმიერი ბიზნესის მიზანია გრძელვადიანი პერიოდით დადებითი კომერციული შედეგების უზრუნველყოფა. ამ მიზნის მიღწევა შიდა ფაქტორებთან ერთად მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია გარეშე გარემოს სპეციფიკაზე. ეს აიხსნება იმით, რომ პოსტინდუსტრიულ ეპოქაში, როდესაც უაღრესად მწვავედება კონკურენცია საწარმოებს შორის და ამასთანავე არსებობს ახალი ტექნოლოგიებით მომუშავე წარმოებების შექმნის შეუზღუდავი შესაძლებლობანი, ბიზნესის წარმატება ძირითადად განისაზღვრება სწრაფად ცვალებად გარეშე გარემოზე კომპანიების სწრაფი და ზუსტი რეაქციით. ეს თხოულობს მენეჯმენტში ახალი კონცეფციების, ტექნიკის გამოყენებას, ცვალებადი პროცესების მართვის სრულყოფას.

არსებობს ცვლილებების მართვის ორი საბაზო ტექნოლოგია – ბიზნეს-პროცესების რეინჟინერინგი და კომპანიის რესტრუქტურისაცია (ორგანიზაციული სტრუქტურის სრულყოფა)

რეინჟინერინგი – საწარმოს საქმიანობის, მისი ბიზნესის ძირეული გარდაქმნის მეთოდი – შემოღებული იქნა დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში გასული საუკუნის 80-იანი წლებიდან. მისმა იდეოლოგიებმა მ. ჰამერმა და ჯ. ჩამპმა რეინჟინერინგი განმარტეს როგორც ბიზნეს-პროცესების ფუნდამენტური, ახლებური გააზრება და რადიკალური გადაპროექტება საწარმოს საქმიანობის ძირითადი აქტუალური მაჩვენებლების ძირეული გაუმჯობესების მისაღწევად. ერთ-ერთი მთავარი ცნება, რაც რეინჟინერინგს საფუძვლად უდევს – ეს არის **ბიზნეს-პროცესები**, სწორედ მათი სრულყოფა წარმოადგენს საწარმოს საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლების უდიდეს რეზერვს. ეს კი თხოულობს მართვის პროცესების რეგულირებას, ამიტომაც რეინჟინერინგი თანდათანობით გადაიქცა მართვის სისტემად, რომელიც ეყრდნობა ტექნოლოგიებს და მეცნიერულ დასაბუთებებს. შემდგომ ეტაპზე მმართველობითი აზროვნება რეინჟინერინგიდან – არსებული ბიზნეს-პროცესების ძირეული გარდაქმნების გზით ბიზნესის რეორგანიზაციის მეთოდიდან გადავიდა ე. წ. „**ბიზნეს-ინჟინერინგის**“ გაგებაზე, რაც გულისხმობს ბიზნესის სისტემის შექმნას საინჟინრო მეცნიერებასთან კავშირში ბიზნეს-პროცესების პროექტირებისა და

მართვის გზით. ბიზნეს-ინჟინერინგის ცენტრშია პროცესული მიდგომა, სადაც მართვის ობიექტია საწარმოს პროცესები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება ჩაითვალოს, რომ რეინჟინერინგი, როგორც პროცესების გარდაქმნის ტექნიკა, წარმოადგენს ბიზნეს-ინჟინერინგის შემადგენელ ნაწილს. ბიზნეს-ინჟინერინგზე გადასვლა თხოულობს მართვის ტრადიციულ შეხედრებზე უარის თქმას, მის სერიოზულ გააზრებას. თუკი საქმიანობის აღწერის ძველი მეთოდები მისაღები იყო **სტატიკურ** გარემოში, როდესაც ყველაფერი მიდიოდა ტრადიციისამებრ და არ იცვლებოდა წლებისა და ათწლეულების განმავლობაში, თანამედროვე ეტაპზე განვითარების დინამიკის, უწყვეტი ცვლილების ფაქტორმა მკვეთრად შეცვალა სიტუაცია და წინა პლანზე წამოსწია მართვის გამჭვირვალების მოთხოვნა: „**მართვის ხარისხი ეყრდნობა საქმიანობის აღწერის ხარისხს**“.

ბიზნეს-ინჟინერინგი – ეს არის მართვის თანამედროვე ტექნოლოგია, რომელიც დაფუძნებულია კომპანიის საქმიანობის ფორმალურ, ზუსტ და სრულ აღწერილობაზე მისი საბაზო ინფორმაციული მოდელების გარეშე გარემოს მოდელთან ურთიერთკავშირში აგების გზით.

ბიზნეს-მოდელის გამოყენება ყველა მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღებისა და მართვის რეგლამენტების ფორმირებისათვის წარმოადგენს მენეჯმენტში ბიზნეს-ინჟინერინგული მიდგომის განმასხვავებელ თავისებურებას.

ბიზნესმოდელირება.

ბიზნესმოდელირება (საქმიანი მოდელირება) – ეს არის საქმიანობა ორგანიზაციის მოდელების ფორმირებისათვის, რომელიც მოიცავს საქმიანი ობიექტების (ქვედანაყოფების, თანამდებობების, რესურსების, როლების, პროცესების, ოპერაციების, ინფორმაციული სისტემების, ინფორმაციის მატარებლების და ა. შ.) აღწერილობებს და მათ შორის კავშირების ჩვენებით. მოთხოვნები ფორმირებადი მოდელებისადმი და მათი შესაბამისი შინაარსი განისაზღვრება მოდელირების მიზნებით.

ბიზნესპროცესების მოდელირება ასრულებს უმნიშვნელოვანეს როლს ბიზნესპროცესების მართვაში. ბიზნესპროცესების გრაფიკული აღწერილობა და მათი იმიტაცია წარმოადგენს ბიზნესპროცესების ანალიზის მეთოდებს, ისინი იძლევა ბიზნესპრო-

ცესების უწყვეტად გაუმჯობესების საშუალებას.

ბიზნესპროცესები იცვლება თანამედროვე პირობებისათვის დამახასიათებელი ბიზნესის გარემოს მუდმივი ცვალებადობის შესაბამისად. იგი საწარმოს საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლების უდიდესი რეზერვია. ამიტომ ბიზნეს-ინჟინერინგის სათავეშია **პროცესული მიდგომა**, სადაც მართვის ობიექტია საწარმოს პროცესები. ამასთანავე ბიზნეს-ინჟინერინგი უნდა განვიხილოთ არა როგორც ბიზნეს-პროცესების აღწერილობისა და ერთჯერადი გარდაქმნის ტექნოლოგია, არამედ როგორც კომპანიის რეგულარული მართვის ტექნოლოგია მისი ბიზნესმოდელის საფუძველზე. ბიზნეს-მოდელის მეშვეობით შესაძლებელია როგორც ორგანიზაციის, ისე რესურსების მართვა. გარემოზე მუდმივი მონიტორინგის განხორციელებით შესაბამისი ცვლილებები შედის ბიზნესმოდელში, რაც საშუალებას იძლევა მოხდეს ორგანიზაციის მენეჯმენტი ცვლილებების მართვის ნაწილში.

დადგენილია, რომ სასურველი შედეგი მიიღწევა უფრო ეფექტიანად, როდესაც რესურსებს და საქმიანობის სახეებს ხელმძღვანელობენ როგორც პროცესს. თვით პროცესზე, როგორც კონკრეტული მართვის ობიექტზე, გადასვლის ფაქტი, უკვე ითვალისწინებს მისი დანიშნულებისა და მოხმარების განსაზღვრის რეზულტატს ორიენტირების თვალსაზრისით. პროცესები ადრეც არსებობდა (და ახლაც მიმდინარეობს საწარმოებში), მაგრამ საქმე ისაა, რომ ისინი არ ითვლებოდა მართვის ობიექტად. პრიორიტეტი ეძლეოდა საწარმოს აღწერილობის ფორმატებს, რომლებიც დაფუძნებულია ფუნქციონალურ სპეციალიზაციაზე, ანალიზის ობიექტები ხდებიან ფუნქციები. სისტემური, პროცესული მიდგომა კი ითვალისწინებს პროცესის სისტემის კომპანიის მიზნებთან და სტრატეგიასთან თანხედრის მუდმივ ანალიზს.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, საქმიანობის გარდაქმნის ტექნოლოგიამ ცალკეული პროცესების ცვლილებების შესაბამისად, უნდა მოგვცეს პროცესების მთელი სისტემის დანახვის საშუალება. ეს სისტემა კი დაფიქსირებული უნდა იყოს კომპანიის საქმიანობის ელექტრონულ ბიზნესმოდელში.

ბიზნესმოდელით განისაზღვრება კომპანიის მისია. მისიის შემუშავების ეტაპზე განისაზღვრება კომპანიის დანიშნულება ბაზრის დაკმაყოფილების

მიმართულებით, რაც კომპანიის ბიზნესპოტენციალის ფორმირების საშუალებას იძლევა. ბიზნესპოტენციალი – არის კომერციულ საქმიანობათა ნაკრები, რომელიც გამიზნულია ბაზრის მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად.

ბიზნესპოტენციალი შერჩეული მიზნებისა და სტრატეგიის შესაბამისად განსაზღვრავს კომპანიის **ფუნქციონალს** – ბიზნესფუნქციისა და მენეჯმენტის ფუნქციის ჩამონათვალს, რაც საჭიროა კომერციული საქმიანობის შენარჩუნებისათვის. გარდა ამისა, განისაზღვრება აუცილებელი რესურსები (მატერიალური, ადამიანური, საინფორმაციო) და კომპანიის სტრუქტურა. ამრიგად, ფორმირდება კომპანიის მმართველობითი რეგისტრები (პროდუქტები, ფუნქციები, ორგანიზაციული რგოლები და სხვა) იერარქიული კლასიფიკატორის სახით – შემდგომ, მატრიცული პროექციის მეშვეობით სხვადასხვა კლასიფიკატორის ელემენტების ერთმანეთთან მიმაგრების შედეგად ვიღებთ კომპანიის ინფორმაციული მოდელების ერთობლიობას.

კომერციული პასუხისმგებლობის მატრიცა ამაგრებს სტრუქტურული ქვედანაყოფის პასუხისმგებლობას კომერციული საქმიანობის რეალიზაციიდან კომპანიაში შემოსავლების მიღებაზე. მისი შემდგომი დეტალიზაციის საფუძველზე (ფინანსური პასუხისმგებლობის ცენტრების გამოყოფის გზით) მოხდება კომპანიის ფინანსური მოდელის აგება, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს საბიუჯეტო მართვის სისტემის დანერგვას.

ფუნქციური პასუხისმგებლობის მატრიცა აკავშირებს სტრუქტურული რგოლების და ცალკეული სპეციალისტების პასუხისმგებლობას ბიზნეს-ფუნქციების შესრულებისათვის კომერციული საქმიანობის რეალიზაციისას (შესყიდვა, წარმოება, გასაღება და სხვა), ასევე მენეჯმენტის ფუნქციებს, დაკავშირებულს ამ პროცესების მართვასთან (დაგეგმვა, აღრიცხვა, კონტროლი მარკეტინგის, ფინანსების, პერსონალის მართვის დარგში და სხვა). მისი შემდგომი დეტალიზაცია (ცალკეული თანამშრომლების პასუხისმგებლობის დონეზე) გვაძლევს საშუალებას მივიღოთ პერსონალის ფუნქციური მოვალეობები, რაც უზრუნველყოფს ერთობლიობაში უფლებების, მოვალეობების, რწმუნებების აღწერილობითი თანამდებობრივი ინსტრუქციების შემუშავებას.

ბიზნესპოტენციალის, ფუნქციონალის და პასუხისმგებლობათა შესაბამისი მატრიცების აღწერილობები

წარმოადგენს **სტატიკურ** აღწერილობას. ბიზნესმოდელირების ამ ეტაპზე ფორმირდება ფუნქციონალური შიგა საფირმო რეგლამენტები:

- საბაზო დებულება კომპანიის ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურის შესახებ;
- საქმიანობის ცალკეულ სახეობათა დებულებების პაკეტი (საფინანსო, მარკეტინგული, საწარმოო-ტექნიკური და სხვა).

ყოველივე ამას კომპანიის საქმიანობაში შეაქვს გამჭვირვალობა და მკაფიოდ მიჯნავს მენეჯერთა პასუხისმგებლობის ზონებს. სამწუხაროდ, ჯერჯერობით კომპანიათა უმრავლესობაში საწარმოო თათბირებზე 80%-მდე დრო იკარგება იმის დადგენაზე, თუ ვინ არის ბრალეული, ვინ აგებს პასუხს ამა თუ იმ საკითხზე და ა.შ.

ბიზნესმოდელის შემდგომი განვითარება ხდება კომპანიის **დინამიური** აღწერილობის ეტაპზე პროცესული ნაკადური მოდელების დონეზე. ეს მოდელები აღწერენ კომპანიის მატერიალური და ინფორმაციული ნაკადების დროში გარდაქმნის თანამიმდევრულ პროცესს რომელიმე ბიზნესფუნქციის ანუ მენეჯმენტის ფუნქციის რეალიზაციის მიმდინარეობისას. ამასთანავე პირველ დონეზე აღიწერება პროცესების მონაწილეთა ურთიერთქმედების ლოგიკა, შემდეგ კი ცალკეული სპეციალისტების მუშაობის ტექნოლოგია თავიანთ სამუშაო ადგილებზე.

ორგანიზაციის ბიზნესმოდელირება მთავრდება მონაცემთა სტრუქტურის მოდელის შემუშავებით, რომელიც განსაზღვრავს პროცესების დოკუმენტების ჩამონათვალს და ფორმატებს. მოდელირება იწყება კომპანიის გარეშე გარემოსთან ურთიერთმოქმედების მოდელით. კომპანია, ერთი მხრივ, წარმოადგენს ბაზრის განუყოფელ ნაწილს, მეორე მხრივ, კონკურენტულ ბრძოლაში იცავს თავის კომერციულ მიზნებს. ამასთანავე კომპანია მობილიზებას უკეთებს მთელ თავის შესაძლებლობებს, რათა აიძულოს ბაზარი, გაითვალისწინოს კომპანიის, როგორც თანასწორუფლებიანი მონაწილის ინტერესები.

ბაზარზე კომპანიის **მისიის** განსაზღვრისათვის აუცილებელია:

- იდენტიფიცირდეს ბაზარი, რომლის ნაწილს წარმოადგენს კომპანია;
- განისაზღვროს ბაზრის თვისებები (მოთხოვნები);
- განისაზღვროს ბაზრის დანიშნულება (მისია), გამომდინარე ბაზარზე მისი როლიდან (მოთ-

ხოვნების დაკმაყოფილების თვალსაზრისით).

ამრიგად, მისია წარმოადგენს ბაზრის სხვა მონაწილეებს შორის კომპანიის პოზიციების რეზულტატს, ამასთანავე იგი კომპრომისია, ერთი მხრივ, ბაზრის მოთხოვნასა და მეორე მხრივ, ამ ინტერესების დასაკმაყოფილებლად კომპანიის შესაძლებლობებსა და სურვილს შორის.

კომპანიის მისიის შემუშავებისათვის აუცილებელია:

1. აღწერილი იქნას კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ბაზისი – კომპანიის განმასხვავებელი მახასიათებლების ნაკრები:

- ობიექტისათვის – ეს არის ათვისებული ტექნოლოგიების უნიკალობა და კომპანიის კუთვნილებაში არსებული რესურსები (მატერიალური, ფინანსური, საინფორმაციო, ადამიანური)
- სუბიექტისათვის – ეს არის პერსონალის ცოდნა და უნარი, ასევე მენეჯერების ჩვევები და გამოცდილება.

ასეთი აღწერილობა იძლევა წარმოდგენას კომპანიის საქმიანობის შესაძლო სფეროზე, რომელშიც მას ექნება ძლიერი კონკურენტული პოზიციის დაკავების იმედი. ეს იქნება ბაზრის მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის სოციალურად მნიშვნელოვანი ჩამონათვალი, რითაც კომპანია შეეცდება ბაზრის დაკმაყოფილებას.

2. უნდა განისაზღვროს აღნიშნულ სოციალურ მოთხოვნებზე გადახდისუნარიანი მოთხოვნილებების არსებობა, კონკურენტების მიერ მათი დაკმაყოფილების დონე;

3. დადგინდეს პოლიტიკისა და ეკონომიკის დარგში სახელმწიფო ინსტიტუტების მხრიდან კომპანიის საქმიანობაზე მოქმედი დამატებითი და უარყოფითი ფაქტორები;

4. მოხდეს შერჩეული საქმიანობის სფეროში ტექნოლოგიის განვითარების პერსპექტივის შეფასება;

5. გაირკვეს შესაძლო მხარდაჭერა ან წინააღმდეგობები საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისა და სოციალური მოძრაობების მხრიდან;

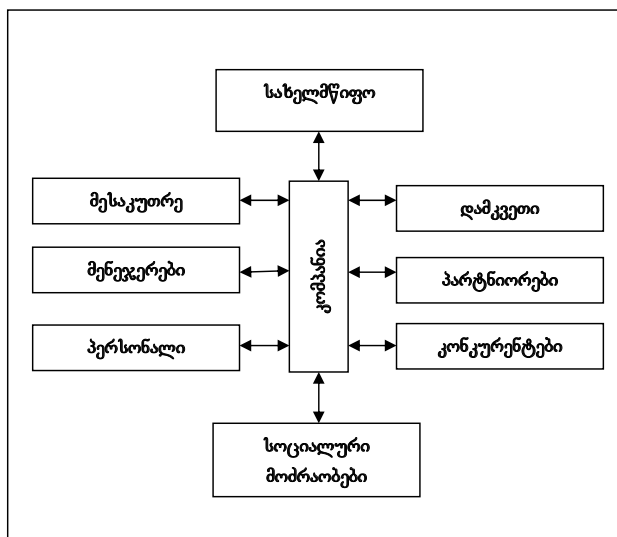
6. შეფასდეს მოსალოდნელი დანახარჯების რიგით და გათვალისწინებული შემოსავლების დონე, შედარდეს ეს ძირითადი ბიზნესმაჩვენებლების მოლოდინს (რენტაბელობის დონე, ბიზნესის სიმყარე, ზრდის შესაძლო დინამიკა, განვითარების პერსპექტივა და ა.შ.);

7. აღნიშნული ოპერაციების სხვადასხვა მიმდევრო-

ბით მრავალგზის გამეორებისა და პრობლემის ყოველმხრივი კუთხით განხილვის შემდეგ პასუხი უნდა გაიცეს მთავარ კითხვას: შეიძლება თუ არა მიღწეული იქნას ყველა მხარისათვის მისაღები კომპრომისი. დადებითი პასუხის შემთხვევაში ფორმირებული იქნება საწარმოს მისია ქვემოთ მოყვანილი სქემით.

მისია ფართო გაგებით წარმოადგენს კომპანიის საქმიან კონცეფციას, რაც განსაზღვრავს კომპანიის სხვა სუბიექტებთან ურთიერთობას. კერძოდ, მასში ნაჩვენებია იქნება:

- რას მიიღებს დამკვეთი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად;
- ვინ, რისთვის და როგორ შეიძლება გამოვიდეს კომპანიის პარტნიორად;
- კონკურენტებთან დამოკიდებულების აწყობა (კერძოდ, როგორია მზადყოფნა დროებით კომპრომისებზე წასვლისა);
- რას მიიღებენ ბიზნესისაგან მესაკუთრე და აქციონერები;
- რას მიიღებენ ბიზნესისაგან კომპანია და მენეჯერები;
- რას მიიღებს პერსონალი კომპანიისაგან;
- რაში გამოიხატება თანამშრომლობა საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან;
- როგორ აიგება კომპანიის დამოკიდებულება სახელმწიფოსთან.



ჩვენ ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ გარდა რეინჟინერინგისა, ცვლილებების მართვის ერთ-ერთ საბაზო ტექნოლოგიას წარმოადგენს **კომპანიის რესტრუქტურიზაცია**. ეს არის ცვლილებების მართვა საბაზო კონიუნქტურის შეცვლის ზემოქმედებიდან გა-

მომდინარე. მის მიზანს შეადგენს ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური მოდელისა და მისი სტრატეგიის (პირველ რიგში პროდუქტიული) ოპტიმალური შესაბამისობის შენარჩუნება.

სწრაფადცვალებად ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის მიღების სურვილი კომპანიას აიძულებს მუდმივად გარდაქმნას თავისი საქმიანობა. მიზეზი შეიძლება იყოს ბაზარზე ახალი პროდუქტებისა და მომსახურებების გაყვანა, ამისათვის შეიძლება საჭირო გახდეს ახალი ქვედანაყოფების შექმნა. ასეთივე ამოცანა დგება სხვა რეგიონებში ახალ ბაზრებზე გასვლისას, ახალი გასაღების წერტილების შექმნისას. პროცესების გარდაქმნა შეიძლება ინიცირებული იყოს თვით კლიენტებისაგან, კლიენტების საქმიანობასთან საკუთარი მაჩვენებლების შედარებისას და ხარისხის მენეჯმენტის სფეროში პროცესების ანალიზის გაკეთებისას.

კომპანიას მიმდინარე სტრატეგიის შესაბამისად აქვს თავისი ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური მოდელი ანუ ძველი ტერმინით რომ ვთქვათ, ორგანიზაციულ-მმართველობითი სტრუქტურა თავისი რგოლებით, ფუნქციებით – გამომდინარე ბაზარზე მოთხოვნილი პროდუქტის წარმოებიდან.

კონიუნქტურის შეცვლა წარმოშობს პერსპექტიულ სტრატეგიას. შესაბამისად წარმოიქმნება ახალი ნაკრები პროდუქტებისა და ფუნქციებისა, რაც ფორმირებას უკეთებს სვალინდელი დღის ორგანიზაციულ-ფუნქციურ მოდელს. ეს ნიშნავს იმას, რომ რესტრუქტურიზაცია, როგორც კომპანიის განვითარების ფორმა, წარმოადგენს არსებული მოდელიდან პერსპექტიულ ორგანიზაციულ-ფუნქციურ მოდელზე გადასვლის პროგრამას. ასეთი პროგრამა ძირითადად მოიცავს ფუნქციების, რგოლების გაფართოება-შემცირების, შერწყმა-დაყოფის, ასევე პასუხისმგებლობის ზონების განაწილების საკითხებს.

ასე რომ საწარმოში უწყვეტად მიმდინარეობს პროცესების ცვლილებები. ამიტომ „ბიზნეს-ინჟინერინგი“ შეიძლება განხილულ იქნეს არა როგორც ტექნოლოგიის აღწერილობა, არამედ როგორც კომპანიის რეგულარული მართვის ტექნოლოგია მისი ბიზნესმოდელის საფუძველზე. ამიტომ ბიზნეს-ინჟინერინგი შეიძლება იქცეს მენეჯმენტის სხვა ქვესისტემების ინტეგრაციის გარემოდ. საწარმოთა მოდელები უნდა იქცეს საწარმოთა ინფორმაციული სისტემის განუყოფელ ნაწილად, რათა მენეჯერებს

შეედოთ აწარმოონ დაკვირვება ბიზნესის ორგანიზაციის, ასევე მისი გარდაქმნის სურათზე. ამიტომ მოდელირების ტექნოლოგია, პროგრამული საშუალებების გამოყენება, როგორც მართვის პრაქტიკული ინსტრუმენტისა, გათვლილი უნდა იყოს „საშუალო“ მენეჯერებზე და არა მხოლოდ მეცნიერებაზე, რომლებიც დაკავებული არიან სისტემური ინტეგრაციით.

გარდა ამისა, მოდელირების შედეგები და პროცესების რეალიზაციის ახალი წესები ხელშესახები და გასაგები უნდა იყოს პერსონალისათვის. ეს ნიშნავს იმას, რომ თანამშრომლისათვის, რომელიც ასრულებს განსაზღვრულ როლს პროცესში, ცნობილი და გასაგები უნდა იყოს არა მარტო მისი საქმის შინაარსი, არამედ მთელი პროცესის შინაარსი და განხორციელების წესები, ასევე მისი ამოცანის კავშირი ორგანიზაციის ამოცანებთან და მიზნებთან. ამით ნათელი გახდება საწარმოს თითოეული თანამშრომლის როლი კოლექტივის მთელი საქმიანობის სისტემაში.

ლიტერატურა:

1. С. Горелик - Бизнес-инжиниринг и управление организационным развитием. www.big.spb.ru/publications/busengorg.shtml
2. www.big.spb.ru. Сравнительный анализ инструментальных средств бизнес-инжиниринга
3. www..ru.wikipedia.org/wiki. Бизнес-моделирование

4. В.Г.Медынский. Инновационный менеджмент. Москва.2008
5. რ. ქუთათელაძე, ლ. გვაჯაია. ბიზნეს-ინჟინერინგი – ბიზნეს-პროცესების მართვის საშუალება. ჟ. „ბიზნეს-ინჟინერინგი“. 2012 №2(3).

Rusudan Kutateladze, Luara Gvadjaia

SUMMARY

The article deals with the issues of business - management, engineering importance of the introduction of modern technology. From the current stage is shown managerial development of thinking process: from reengineering - radical reorganization of business method to more advanced method - «Business - engineering» transition. It refers connection to the science of engineering with creating business systems - process design and management.

The main place has been attached to the business - processes modeling, business - potential forming and the defining features of the company's commercial and functional responsibilities, financial models, personnel functions, and duties, basic indoor - forming of trade regulations.

The article described developing the necessary requirements of the company mission. With the broad understanding of the company's mission it represents the business conception, which defines the relationship between the various entities. Also, there is a definite change management allocates one - a basic technology - company restructuring, which is due to the need to achieve a competitive advantage in the rapidly changing market for transformation.