

Раздел I
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 614 ББК 51.1; 38.96 @ Х.А. оглы Бабаев

Х. А. оглы Бабаев**БИЗНЕС-ПРОЦЕСС В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ФАКТОРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье указаны сущность и этапы стратегического управления, выявлены особенности модели стратегического управления и проанализирован уровень стратегического развития. Кроме того, представлены теоретические взгляды на сущность бизнес-процесса и исследованы его преимущества. статье отмечено, что уровень стратегического развития предприятия определяется его конкурентным и стратегическим преимуществами. Конкурентное преимущество эффективно только тогда, когда оно используется руководством, специалистами и другими работниками. Такую стратегическую и конкурентную активность характеризуют: уделение внимания стратегическому развитию руководства и персонала; инвестиционная привлекательность; умение продемонстрировать адекватную реакцию на всевозможное изменение ситуации; степень приспособления предприятия к изменениям во внешней среде. В статье отмечено, что в качестве одного из главных конкурентных преимуществ, обеспечивающих высокий уровень стратегического развития предприятия, можно выделить эффективность его бизнес-процессов. В ходе работы было определено, что система бизнес-процессов – это самый главный компонент стратегии предприятия, так как она определяет эффективность работы с потребителями и поставщиками. В предложенной нами стратегии ключевым элементом всякого рода деятельности машиностроительного предприятия является бизнес-процесс, следовательно, при формировании целей предприятия должна быть проведена оценка процессов, с учетом количественных и качественных показателей. В статье также предложена поэтапная модель оценки эффективности бизнес-процессов и особенности ее реализации в случае достижения целей стратегического развития машиностроительного предприятия.

Ключевые слова: бизнес-процесс, стратегия, управление, инновации, эффективность, модель "продукт-рынок", матричный метод, SWOT-анализ.

Большинство компаний в Азербайджане не применяют в своей практике стратегическое управление, что не позволяет им выявить потенциал развития и определиться с будущими инвестиционными вложениями. Ни один хозяйствующий субъект страны, не создав свою инновационную стратегию развития, не в состоянии обеспечить себя фундаментальным базовым планом действий, необходимых для достижения желаемых результатов. Для достижения успеха в сфере бизнеса необходимо создать гибкую стратегию идеальных бизнес-процессов и разработать эффективный механизм успешной реализации данной стратегии.

Многие экономисты рассматривают инновационное поведение, находящееся в постоянном росте, как бизнес-метод, предстающий в качестве передового метода, гарантирующего ускоренное развитие. В данном случае большинство ученых экономистов сходятся во мнении о том, что бизнес-метод инновационного поведения больше всего согласуется с парадигмой инновационного управления, а также с парадигмой стратегического управления [7, с. 63].

Согласно концепции стратегического управления, каждая использованная инновационная стратегия должна быть сформирована в рамках инновационной программы (инновационного портфеля) и должна найти отражение в системе

управления инновационной деятельностью. Инновационная программа отличается от инновационной стратегии тем, что на самом деле инновационная программа формируется в контексте стратегического решения и текущей инновационной возможности и выступает как результат управленческой деятельности рассчитанной на среднесрочную перспективу. Инновационная деятельность в текущем процессе управления, более четко выражается в оперативном управлении в ходе реализации реальных инновационных проектов и реструктуризации инновационного портфеля.

В теории стратегического управления в сфере бизнеса отражены инструменты мониторинга и анализа предприятия, а также инструменты воздействия на устройства внутри предприятия для повышения готовности предприятия ускоренно и своевременно отвечать на вызовы окружающей среды.

В своей деятельности предприятие претворяет в жизнь свойственный ей процесс самоорганизации исходя из своих требований и особенностей, тем самым предприятие создает свою систему стратегического управления. Его основной задачей является обеспечение баланса в отношениях предприятия с окружающей средой. Учитывая нестабильность такого баланса, предприятие должно

придерживаться динамичной и активной позиции соответствующей всякого рода изменениям.

В стратегическом управлении, учитывая иностранные и местные исследования, как правило, при формировании стратегии предприятия, должно быть обращено внимание на указанные ниже основные этапы:

1. Анализируются макроэкономические показатели и факторы. В ходе анализа текущих макроэкономических показателей необходимо провести экономический анализ окружающей среды в целом. При этом велика вероятность воздействия проведенного анализа на направления развития, миссии и задачи предприятия в будущем, а также на подходы для их достижения и на процессы принятия решения относительно особенностей бизнес-модели предприятия.

2. Анализируются политические показатели и факторы. В ходе анализа политических показателей и факторов должны быть оценены совокупность политических факторов и тенденции окружающей среды, в свою очередь способных воздействовать на направления развития, миссии и задачи предприятия, а также на подходы для их достижения.

3. Анализируются социально-культурные показатели и факторы. В ходе анализа социально-культурных показателей и факторов должны быть оценены общественные факторы, способные воздействовать на направления развития, миссии и задачи предприятия в будущем, а также на подходы для их достижения и на процессы принятия решения относительно особенностей бизнес-модели предприятия.

4. Анализируется нормативное регулирование. В ходе анализа нормативного регулирования должны быть оценены факторы развития в целом по регулируемой среде, а также должны быть пересмотрены все текущие и перспективные изменения на предприятии и все успешно оцениваемые инициативы местного регулирования.

5. Анализируются технологические факторы. Наряду с этим должны быть оценены предприятия, способные воздействовать на сферу деятельности путем создания и развития новых продуктов и совершенствования средств обработки информации и бизнес-процессов.

6. Моделируются и анализируются сценарии рыночных прогнозов. Необходимо непрерывно анализировать сценарии прогнозов по развитию макросреды. В ходе прогнозирования рыночных сценариев нужно держать в центре внимания основные варианты развития в экономике страны, результаты анализа по рыночным сегментам, обоснования по статистике определенных показателей и факторов и основным тенденциям, результаты анализа в сфере нормативного регулирования, результаты анализа технологических факторов и т.д.

7. Предоставляется информация о макросреде. После окончания анализа макросреды возникает потребность в составлении отчета в связи с развитием макросреды. Разделы данного отчета включают:

- анализ текущего состояния в области экономического развития страны и проведение прогнозирования;
- анализ текущего положения предприятия;
- проведения сравнительного анализа между предприятием и его основными конкурентами.

8. Устанавливаются основные факторы развития. Вопросы, рассматриваемые в процессе принятия решений об основных факторах развития следующие:

- какие из основных показателей должны быть доведены до максимума, т.е. в планируемых результатах последующих 10 лет предприятие рассчитывает, какие из показателей будут доведены до максимальной величины;
- на какие из показателей должны быть установлены ограничения;
- какие из направлений развития должны быть признаны приоритетными (покупательские и географические сегменты, продукции, внутренние процессы, технологии).

9. Формируются должности. Должности выражают предназначения каждого предприятия. Здесь находят отражение ценность и позиции акционеров, работников, покупателей и других заинтересованных лиц.

10. Формируется облик. Стратегический обзор на предприятии формально характеризует будущую деятельность предприятия, ее место на рынке и нормальный статус предприятия.

11. Формализуется целевое направление.

В основе стратегических решений выявляемых из множества решений, относящихся к стратегическому управлению лежит выбор одного решения, не являющегося целевым или случайным. Модель стратегического управления не является аналогом создания стратегических этапов. Она связывает ранние процедуры разработки стратегии и этапы относящиеся к реализации стратегии.

При исследовании модели стратегического управления в сфере промышленности современного Азербайджана ярко и отчетливо проявляются все ее особенности и отличительные стороны:

- ресурсный подход превышает формирование стратегии, т.е. налицо попытка воспользоваться множеством основных возможностей для достижения устойчивого конкурентного преимущества;
- не прозрачная среда для проведения бизнес операций, в результате эффективность реализации стратегии падает;

– снижение ликвидности нематериальных активов и др.

В создании правильной стратегии предприятия главную роль играет его точная стратегическая оценка текущего уровня развития.

Современные суждения о роли и значимости стратегического управления в деятельности местных предприятий позволяют сделать существенные выводы о существенной значимости их использования в предотвращении экономических кризисов, повышении конкурентоспособности за счет модернизации и достижения нового качественного экономического роста [10]. Предприятие зависит от многих факторов и окружающая среда – одна из наиболее важных, так как одной из главных задач стратегического управления предприятия является адаптация к окружающей среде.

Для разработки стратегии развития предприятия следует провести анализ текущего состояния предприятия на рынке, внутренних резервов предприятия, информации о главных конкурентах. На основе этих информации, оценивается планируемый размер прибыли, его изменения и прогнозы. Точнее, при стратегическом планировании нужно иметь полное представление о состоянии предприятия на рынке, о возможных вариантах развития предприятия при различных возможных сценариях изменения внешней среды [8].

В рамках анализа уровня стратегического развития необходимо учитывать следующие факторы [3].

- текущее положение на рынке;
- перспективы развития отрасли;
- всесторонняя оценка потенциала предприятия;
- соответствие продукции установленным стандартам и требованиям потребителя;
- стратегические цели предприятия;
- другие макро- и микрофакторы предприятия.

Управление посредством контроля за уровнем стратегического развития воплощает в себе управление, претворяемое в жизнь при одновременном планировании стратегии предприятия и планировании его возможностей. Это позволяет уже на ранней стадии выбирать стратегии, реализация которых раньше не была возможной и отбирать среди них те, реализация которых оценивается более вероятной. Помимо этого, в ходе реализации стратегии предприятия наряду с деятельностью, направленной на улучшение конкурентной позиции предприятия, развивается также и ее ресурсная база.

По нашему мнению, под уровнем стратегического развития предприятия должны пониматься потенциальные и конкурентные

преимущества предприятия, а также положение предприятия в окружающей среде с позиции уровня эффективности системы бизнес-процессов.

Уровень стратегического развития должен иметь следующие характеристики:

– учитывая неизменность в рамках определенной стратегии, отражение долгосрочных целей и задач предприятия. Изменения стратегии приводят к изменениям в уровне стратегического развития;

– представительство стратегии компании: именно уровень стратегического развития отражает успешность либо не успешность предприятия при исполнении поставленных задач, предприятие само может решить, каким путем пойдет развитие и соответственно, какой будет уровень стратегического развития.

– учет факторов внутренней и внешней среды предприятия, уделяя при этом особое внимание рынку и качеству продукции, так как именно эти факторы определяют более успешную позицию и возможность успешной деятельности предприятия.

Оценка уровня стратегического развития предприятия со стороны некоторых ученых предоставляется в следующей последовательности [12]:

- анализ целей и миссии предприятия;
- анализ внутренней среды предприятия;
- анализ внешней среды предприятия;
- всесторонний анализ внутренней и внешней среды.

Первый этап предусматривает определение направления работ по выявлению текущего и будущего положения предприятия на рынке. В рамках внутреннего анализа проводится оценка всех возможных стратегических потенциальных направлений: кадры, финансы, положение фондов, инновации и др. Соответствие комплексного потенциального уровня поставленной целевой стратегии определяет насколько предприятие готово к достижению поставленной цели. В рамках стратегического развития сравнение показателей текущей деятельности и эталонных показателей позволяет обнаружить «слабые места», неэффективные процессы и источники рискованных ситуаций. В ходе анализа внутренней среды необходимо определить сильные и слабые стороны предприятия, а так же возможности развития.

Главным методом анализа внешней среды и конкурентоспособности предприятия, является метод SWOT-анализа. Для сбора необходимой информации при проведении SWOT-анализа, необходимо провести всесторонний анализ деятельности предприятия. При SWOT-анализе выявляются

сильные и слабые стороны, возможности и угрозы предприятия. Этот метод более широко охватывает всевозможные факторы внешней и внутренней среды и тем самым, помимо простой обработки различных факторов, выявляются перспективы и угрозы для предприятия.

Проводя всесторонний анализ внешней и внутренней среды, учитывая методы портфель-анализа и моделей, в частности учитывая текущую ситуацию предприятия на рынке и приобретенный потенциал предприятия, на рынке широко используется практика построения стратегических матриц, характеризующих позицию предприятия. В начале определяется текущая позиция предприятия на рынке, затем разрабатывается соответствующая модель развития предприятия, предусматривающая текущий и планируемый уровни стратегического развития.

На данный момент в стратегическом менеджменте широко используется матричный метод, выступающий как результат исследований Ансоффа предложившего модель "продукт-рынок". В рамках этой модели различают следующие главные бизнес-стратегии [2]:

Стратегия глубокого проникновения – предусматривает увеличение объема предоставляемых услуг, за счет завоевания лидирующей позиции путем сокращения расходов на продажу и снижения цен относительно конкурентов в ходе реализации доступных услуг на доступном рынке;

- стратегия расширения рынка – предусматривает увеличение объема доступных услуг на новых рынках или в новых сегментах доступного рынка;

- стратегия разработки товаров (услуг) – используется для разработки новых моделей товаров (услуг) для доступных рынков;

- стратегия диверсификации – используется для устранения зависимости от определенных товаров (услуг) или определенного рынка, путем ориентации на новый вид деятельности или на новый рынок.

Похожую модель развития предложил Дж. Стейнер. Эта модель отражает уровень риска и степень вероятности успеха в различных состояниях пары «продукт-товар».

Этот метод имеет приоритетное значение только для начинающих свою деятельность на рынке или выводящих на рынок новые товары и услуги предприятий, находящихся на этапе развития.

Одной из широко распространенных матриц является матрица Boston Consulting Group (BCG), в основе которой лежат такие факторы, как темпы развития рынка и приобретенная предприятием рыночная доля. Если руководство, специалисты и

работники предприятия не принимают участие в реализации конкретных стратегических целей, то не возможно обеспечить на достаточном уровне стратегическое развитие предприятия.

Анализируя внешнюю среду предприятия с целью установления уровня стратегического развития, многие ученые опираются на методологию SWOT-анализа.

Общий механизм применения метода таков: сначала определяются сильные стороны предприятия (S), слабые стороны (W), возможности достижения поставленных целей и задач (O), угрозы (T), затем выявив возможности сильных сторон и угрозы слабых сторон следует провести их сравнение.

В первую очередь, уровень стратегического развития предприятия определяется его конкурентным и стратегическим преимуществами [1], [13]. Конкурентное преимущество эффективно только тогда, когда оно используется руководством, специалистами и другими работниками. Такую стратегическую и конкурентную активность характеризуют: уделение внимания стратегическому развитию руководства и персонала; инвестиционная привлекательность; умение продемонстрировать адекватную реакцию на всевозможное изменение ситуации; степень приспособления предприятия к изменениям во внешней среде.

В последнее время, в качестве одного из главных конкурентных преимуществ, обеспечивающих высокий уровень стратегического развития предприятия, можно выделить эффективность ее бизнес-процессов [5].

Говоря о бизнес-процессе, обратим внимание на мнения разных авторов:

- процесс направленный на преобразование некоторых входных информационно-материальных потоков, с целью достижения результатов, представляющих особую значимость для потребителей [9];

- процесс создания добавочной стоимости продукции, тем самым удовлетворение потребности потребителя [4];

- совокупность соответствующих функций, обладающих одним и более входом и выходом, в результате чего образуется необходимый продукт для потребителя;

- реализуется бизнес-функция предприятия, выступающая при этом в качестве регулирующего процесса, обеспечивающего перевод множества входов во множество выходов;

- набор последовательных мер для решения определенных проблем бизнеса.

По нашему мнению, более правильное определение бизнес-процесса следующее: бизнес-

процесс – это процесс создания товаров и услуг, отвечающих требованиям покупателей и реализуемый в рамках задачи обеспечения конкурентных преимуществ, с целью достижения наилучшего уровня стратегического развития.

В ходе работы было определено, что система бизнес-процессов – это самый главный компонент стратегии предприятия, так как она определяет эффективность работы с потребителями и поставщиками [11]. В предложенной нами стратегии ключевым элементом всякого рода деятельности машиностроительного предприятия является бизнес-процесс, следовательно, при формировании целей предприятия должна быть проведена оценка процессов, с учетом количественных и качественных показателей.

Использование бизнес-процессов в качестве объекта исследования представляет следующие преимущества в ходе определения уровня стратегического развития предприятия [6]:

- возможность оценки каждого аспекта деятельности предприятия, с точки зрения полного охвата системой бизнес-процессов внутренней среды предприятия;
- быстрая оценка результативности того или иного отдела предприятия в вопросе доступа к соответствующему бизнес-процессу;

– при анализе процессов определяются «слабые» и «сильные» места, что позволяет оптимизировать деятельность предприятия еще до этапа пересмотра стратегии касающейся результатов текущей оценки стратегического развития;

– наряду с определением разных показателей деятельности предприятия выявляются сильные и слабые стороны самой архитектуры бизнес-процессов предприятия, что создает условия для совершенствования системы управления предприятием;

– анализ бизнес-процессов позволяет укрепить уровень стратегического развития предприятия в будущем путем повышением эффективности процессов за счет выполнения таких функциональных задач, как совершенствование механизма использования потенциала и укрепление рыночной позиции.

Можно прийти к такому выводу, что главным компонентом при оценке уровня стратегического развития предприятия является оценка бизнес-процессов предприятия. Такая оценка должна проводиться всесторонне. При оценке внешних и внутренних факторов предприятия, определяется не только уровень эффективности процесса, но и в целом можно судить о конкурентоспособности предприятия, а также об уровне его стратегического развития.

Библиографический список

1. Аглицкий, И.С., Самолдин А.Н., Сусов Р.В. Экономические аспекты оптимизации бизнес-процессов функционирования коммерческой организации [Текст] / И.С. Аглицкий, А.Н. Самолдин, Р.В. Сусов // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 13. – С. 27–31.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. – М., 1989.
3. Безносова, А.С. Теоретические аспекты формирования конкурентной стратегии предприятия [Текст] // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2013. – №4. – С. 121–124.
4. Вайцеховская, С.С. Особенности бизнес-процесса с позиции процессного подхода к управлению [Текст] / С.С. Вайцеховская, Ю.А. Дыкань, А.О. Петренко // Сборник научных трудов Sworld. – 2013. – Т. 30. – № 1. – С. 52–56.
5. Визгунов, А.Н. Ключевые характеристики преобразования бизнес-процессов предприятия [Текст]. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – № 2–1. – С. 224–229.
6. Гаврилова, О.А., Гнань А.Э. Процессный подход как метод антикризисного управления предприятием [Текст] / О.А. Гаврилова, А.Э. Гнань // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2014. – № 2. – С. 14–24.
7. Ефимов, Т.Е. Стратегическое планирование на предприятиях в системе инвестиционной модели [Текст] / Т.Е. Ефимов // Сб. научных трудов РГГМУ. – 2005. – С. 61–67.
8. Михалева, Е.П. Методический подход к формированию бизнес-процессов в организации [Текст] / Е.П. Михалева // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2013. – № 5-1. – С. 288–294.
9. Перемежко, Д.В. Развитие концепций автоматизации бизнес-процессов [Текст] / Д.В. Перемежко // Биржа интеллектуальной собственности. – 2013. – Т. 12. – № 7. – С. 37–44.
10. Попов, В.Н. Бизнес-процесс – фундамент эффективного предпринимательства [Текст] / В.Н. Попов, В.Н. Островская // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 2. – С. 153–161.
11. Рубин, Ю.Б. Разработка конкурентных стратегий [Текст] // Современная конкуренция. – 2014. – № 6 (48). – С. 102–123.

12. Тойменцева, И.А. Оценка уровня стратегического развития автотранспортного предприятия на рынке услуг грузовых перевозок [Текст] / И. А. Тойменцева // Вектор науки ТГУ. – 2011. – №3. – С. 254–258.

13. Щепакин, М.Б. Классификационные аспекты оценки конкурентоспособности предприятия / М.Б. Щепакин, Е.В. Кривошеева // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. – 2015. – № 3. – С. 144–156.

References

1. England, I. S., Samaden A. N., Susov V. R. *Jekonomicheskie aspekty optimizacii biznes-processov funkcionirovaniya kommercheskoj organizacii* [Economic aspects of optimization of business processes of functioning of a commercial organization] [Text] / I. S. England, A. N. Smoldyn, R. V. Susov // Economics and management: analysis of tendencies and prospects of development, 2014, No. 13, pp. 27-31.

2. Now, Ansoff, I. *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management][Text], M., 1989.

3. Beznosova, A. S. *Teoreticheskie aspekty formirovaniya konkurentnoj strategii predpriyatija* [Theoretical aspects of formation of competitive strategy of the enterprise] [Text] // Economy and management: new challenges and prospects, 2013, No. 4, pp. 121-124.

4. The Vaitsekhovskaya, S. S. *Osobennosti biznes-processa s pozicii processnogo podhoda k upravleniju* [Peculiarities of the business process from the position of the process approach to management] [Text] / S. S. Vaitsekhovskaya, J. A. Degani, A. O. Petrenko // Collection of scientific works Sworld, 2013, Vol. 30, No. 1, pp. 52-56.

5. Squealer, A. N. *Kljuchevye harakteristiki preobrazovaniya biznes-processov predpriyatija* [Key features of transforming business processes of an enterprise] [Text]. // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. And. Lobachevsky, 2013, No. 2-1, pp. 224-229.

6. Gavrilova, O. A., Gnani, A. E. *Processnyj podhod kak metod antikrizisnogo upravlenija predpriatiem* [Gnani Process approach as a method of crisis management] [Text] / O. A. Gavrilova, A. E. Gnani // Vestnik of Astrakhan state technical University. Series: Economics, 2014, No. 2, pp. 14-24.

7. Efimov, I.e. *Strategicheskoe planirovanie na predpriyatijah v sisteme investicionnoj modeli* [Strategic planning in enterprises in the investment model] [Text] / T. E. Efimov // Proc. scientific papers today, 2005, pp. 61-67.

8. Mikhaleva, E. P. *Metodicheskij podhod k formirovaniju biznes-processov v organizacii* [Methodological approach to the formation of business processes in the organization] [Text] /E. P. Mikhaleva // Izvestia of the Tula state University. Economic and legal Sciences, 2013. No. 5-1, pp. 288-294.

9. Perepezko, D. V. *Razvitie koncepcij avtomatizacii biznes-processov* [Development of concepts for the automation of business processes] [Text] / D. V. Paramiko // Exchange of intellectual property, 2013, Vol. 12, No. 7, pp. 37-44.

10. Popov, V. N. *Biznes-process – fundament jeffektivnogo predprinimatel'stva* [A business process is the Foundation for effective entrepreneurship] [Text] / V. N. Popov, V. N. Ostrovskaya // Bulletin of University (State University of management), 2013, № 2, pp. 153-161.

11. Rubin, J. B. *Razrabotka konkurentnyh strategij* [Development of competitive strategies] [Text] // Modern competition, 2014, № 6 (48), pp. 102-123.

12. Toimintaa, I. A. *Ocenka urovnja strategicheskogo razvitija avtotransportnogo predpriyatija na rynke uslug gruzovyh perevozok* [assessment of the level of strategic development of the motor transportation enterprise in the market of freight transportation services] [Text] / I. A. Toimintaa // Vector science TSU, 2011, No. 3, pp. 254-258.

13. Shchepakina, M. B. *Klassifikacionnye aspekty ocenki konkurentosposobnosti predpriyatija* [Classification aspects of assessment of enterprise competitiveness] / M. B. Sche-Pachino, E. V. Krivosheeva // proceedings of Kuban state technological University. -2015, No. 3, pp. 144-156.

BUSINESS PROCESSES AS A FACTOR ENTERPRISE'S STRATEGIC

Hikmat A. oghlu Babayev,

doctoral student, Azerbaijan state economic University

Abstract. The article describes the nature and stages of strategic management, identifies the features of the strategic management model, and analyzes the level of strategic development. In addition, theoretical views on the essence of the business process are presented and its advantages are explored. The article notes that the level of strategic development of an enterprise is determined by its competitive and strategic advantages. Competitive advantage is effective only when it is used by management, specialists and other employees. Such strategic and competitive activity is characterized by: paying attention to the strategic development of management and personnel; investment attractiveness; the ability to demonstrate an adequate response to all possible changes in the situation; degree of adaptation of the enter-

prise to changes in the external environment. The article points out that one of the main competitive advantages that ensure a high level of strategic development of an enterprise is the effectiveness of its business processes. In the course of the work it was determined that the system of business processes is the most important component of the enterprise strategy, as it determines the efficiency of work with consumers and suppliers. In the proposed strategy, the key element of any kind of activity of a machine-building enterprise is the business process, therefore, when the objectives of the enterprise are formed, an assessment of the processes should be carried out, taking into account the quantitative and qualitative indicators. The article also proposes a step-by-step model for assessing the effectiveness of business processes and specifics of its implementation in the event of achieving the strategic development goals of a machine-building enterprise.

Keywords: business process, strategy, management, innovation, efficiency, product-market model, matrix method, SWOT analysis.

Сведения об авторе:

Бабаев Хикмет Акиф оглы – докторант Азербайджанского государственного экономического университета (г. Баку, Республика Азербайджан), e-mail: babayevhikmet155@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 12.09.2017.