

Саймон Фаузер, Фабіан Гайдріч

Оптимізація бізнес-процесів управління пропозицією інвестиційних товарів у секторі індивідуального виробництва – на прикладі німецького підприємства середнього бізнесу

У статті, з використанням якісної схеми проведення дослідження, розглянуто типовий процес управління пропозицією середнього підприємства з виробництва інструментів. Мета полягає у вивченні факторів покращення процесу пропозиції на трьох рівнях: ефективність процесу, його результативність та орієнтованість на потреби клієнтів. Базу дослідження склали серія інтерв'ю з працівниками компанії, діяльність яких пов'язана з процесом пропозиції. Результати інтерв'ю проаналізовано з використанням теоретичних моделей, а саме: бенчмаркінг, метод 7R, цикл Демінга та діаграма Ісікави. Мета аналізу полягає в отриманні результатів, які можна буде використати як план подальших дій. Результати показують, що створення онлайн-конфігуратора виробу (орієнтованість на потреби клієнта), оновлення програми розрахунку (ефективність технологічного процесу) та створення послідовної системи пропозицій забезпечать потужний потенціал для оптимізації технологічного процесу.

Ключові слова: процес управління пропозицією, ефективність технологічного процесу, постійне покращення процесів, орієнтація на потреби клієнтів, виробництво

Класифікація JEL: L23, M11, M39



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Саймон Фаузер, Фабіан Хайдрич

Оптимизация бизнес-процессов управления предложением инвестиционных товаров в секторе индивидуального производства – на примере немецкого предприятия среднего бизнеса

В статье, с использованием качественной схемы проведения исследования, рассмотрен типовой процесс управления предложением среднего предприятия по производству инструментов. Цель состоит в изучении факторов улучшения процесса предложения на трех уровнях: эффективность процесса, его результативность и ориентированность на потребности клиентов. Базу исследования составила серия интервью с сотрудниками предприятия, деятельность которых связана с процессом предложения. Результаты интервью проанализированы с использованием теоретических моделей, а именно: бенчмаркинг, метод 7R, цикл Деминга и диаграмма Исикавы. Цель анализа – получение результатов, которые можно будет использовать в качестве плана дальнейших действий. Результаты показывают, что создание онлайн-конфигуратора изделия (ориентированность на потребности клиента), обновление программы расчета (эффективность технологического процесса) и создание последовательной системы предложений обеспечат мощный потенциал для оптимизации технологического процесса.

Ключевые слова: процесс управления предложением, эффективность технологического процесса, постоянное улучшение процессов, ориентированность на потребности клиентов, производство

Классификация JEL: L23, M11, M39



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.