

Удин Марк Дмитриевич

аспирант

Торгово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

## ВИДЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

*Аннотация: в данной статье рассматриваются точки зрения различных учёных-экономистов относительно видов бизнес-процессов, анализ характеристики, а также на основе изученного приводится авторское видение видов бизнес-процессов и их характеристика.*

*Ключевые слова: бизнес-процессы, розничная торговля, виды бизнес-процессов, предприятие розничной торговли, основные процессы, общественное воспроизводство, вспомогательные процессы, управленческие процессы.*

В современной экономике розничная торговля является один из основных элементов инфраструктуры потребительского рынка. Ее развитие в условиях рыночной экономики способствует более полному, качественному удовлетворению спроса потребителей на различные товары и услуги, а также обеспечению эффективного функционирования потребительского рынка в целом. Поскольку функционирование предприятия розничной торговли в современных условиях подразумевает переход предлагаемых товаров конечному потребителю, то это значит, что такому предприятию на фоне довольно высокой конкуренции крайне важно отобрать или разработать эффективные методы и механизмы управления бизнес-процессами, подстраиваясь под чуть ли не ежечасно меняющиеся условия внешней среды, поскольку в противном случае предприятие ожидает крах и уход с рынка. В связи с этим управленческому аппарату постоянно приходится совершенствоваться, искать новые пути развития в угоду достижения поставленных задач. Основу деятельности любой организации составляют ее деловые

процессы, или бизнес-процессы, которые определяются целями и задачами деятельности предприятия.

В современных условиях сложилось уже немало мнений и определений категории «бизнес-процесс», поэтому, беря за основу мнения различных ученых, вынесем следующее определение: бизнес- процесс – это спланированный, подверженный многократным изменениям под влиянием факторов внешней и внутренней среды, алгоритм взаимосвязанных и взаимовлияющих действий, в котором задействованы все ресурсы организации, направленный на удовлетворение спроса клиентов (покупателей) и получение ( максимизацию) прибыли.

Поскольку в рамках научного исследования интерес был отдан розничной сфере, то и выявлять виды бизнес-процессов, давать им характеристику продолжим именно в рамках данной сферы деятельности.

В зависимости от товаров и услуг, который реализует, объект розничной торговли – это всего лишь посредник между производителем и покупателем и задача этого бизнеса правильно донести товар или услугу до клиента. Для выполнения этой задачи розничная единица ставит перед собой главный вопрос: «Как продать товар клиенту?» Каков бы ни был товар, каким свойствами бы он ни обладал, клиент о нем не узнает, если он не будет продан. Весь процесс и все решения в розничной торговле завязаны вокруг клиента. Поэтому само понятие «клиент» может служить некой отправной точкой в рассмотрении видов и содержания бизнес-процессов.

Видов бизнес-процессов может быть великое множество, так как каждое предприятие в розничной торговле определяет их для себя самостоятельно. Довольно сложно выделить и охарактеризовать их все, ведь у розничного торгового предприятия, занимающегося реализацией продуктов питания, процессы одни, а, скажем, у автосалона, торгующего автомобилями – совершенно другие. Но как бы тот ни было, существует некая модель бизнес-процессов, которую в общем и в целом можно применить к розничному торговому предприятию.

Обратимся к выводу Л.Н. Старицкой на счёт того, что на сегодняшний день не существует единой общепринятой типологии бизнес-процесса [1]. Поэтому,

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

---

одновременно используется множество различных понятий и обозначений, например: основной процесс, управленческий процесс, обеспечивающий процесс и т. д.

По мнению К.Ю. Ковалева, основным современным подходом к розничному предприятию является определение его как совокупности бизнес-процессов [2]. На практике такой подход позволяет охарактеризовать такое предприятие с точки зрения его деятельности, увеличить управляемость розницы, снизить сроки обслуживания клиентов в несколько раз, удовлетворить потребности посетителей магазинов и сетей. В данный момент основное направление развития бизнес-процессов заключается в максимальном совмещении функций нескольких должностей в одной точке с целью сокращения персонала и увеличения скорости обслуживания клиентов, что, соответственно приведёт более высокому сервису и удовлетворённости клиентов, а также с целью минимизации затрат на оплату труда в угоду прибыли [2].

В дополнение к вышесказанному необходимо пояснить, что при всей совокупности бизнес-процессов нельзя забывать о комплексном подходе с точки зрения работы организации как единого механизма, где каждый элемент отвечает за свою функцию. На основе этого мы можем рассмотреть процессный подход, когда каждая структурная единица торговой организации обеспечивает выполнение конкретных бизнес-процессов и несет ответственность за их результаты.

Для торговой организации, по мнению В.А. Тушавина, можно выделить следующие бизнес-процессы верхнего уровня:

1. Основные: Закупочная деятельность, Логистическая деятельность, Хранение, Продажа товаров, Послепродажное обслуживание.
2. Обеспекивающие: Административно-хозяйственное обеспечение, Юридическое обеспечение, Аналитическое и бухгалтерское обеспечение, Обеспечение персоналом.
3. Управленческие: Стратегическое управление, Управление финансами, Управление маркетингом [3].

Когда выделены процессы верхнего уровня, они уже могут быть расписаны более подробно, до входящих в их состав подпроцессов. Например, процесс «Закупочная деятельность» в торговой розничной компании состоит из ряда подпроцессов:

- изучение спроса;
- поиск поставщиков и товаров;
- определение потребности и спроса в товаре и услугах;
- формирование заказа;
- заказ товара;
- возврат товара поставщику.

Процесс «Продажа» (реализация) состоит из подпроцессов:

- процесс ценообразования;
- сегментация потребителей;
- прием и обработка заказов;
- мерчендайзинг;
- процесс определения способа реализации товаров;
- процесс предоставления послепродажного сервиса;
- процесс проведения промоакций;
- контроль за истребованием дебиторской задолженности;
- измерение удовлетворенности потребителей и т. д. [3].

Рассмотрим также мнение А.В. Петровой. Когда определена миссия предприятия розничной торговли, обозначены цели и задачи и выделены основные группы потребителей и их потребности, проанализированы поставщики, реализуемых товаров, конкуренты, следует переходить к идентификации всех бизнес-процессов в виде перечня функций, реализуемых предприятием [4].

Роль, которую играет розничная торговля в системе общественного воспроизводства, предполагает выполнение соответствующего ряда функций. По мнению Л.П. Дашкова и В.К. Памбухчиянца все выполняемые функции розничного предприятия объединяют в две группы [5].

4 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Первая группа так называемых торговых (комерческих) функций включает в себя: изучение спроса потребителей на реализуемые товары, оформление заявок для поставщиков на завоз товаров, формирование товарного ассортимента, рекламу товаров и услуг. Ко второй группе можно отнести технологические функции: прием поступивших на ПРТ товаров по количеству и качеству, обеспечение хранения товаров, выполнение операций, связанных с производственной доработкой товаров (фасовка, упаковка), внутрифирменное перемещение, размещение товаров в торговом зале, осуществление продажи товаров покупателям.

Другие ученыe к наиболее значимым функциям предприятия розничной торговли относят: планирование ассортимента реализуемой продукции, удовлетворяющего спрос избранного сегмента рынка; закупку товаров у производителей и на предприятиях оптовой торговли крупными партиями; транспортировку закупленных товаров на склады предприятия; приемку и хранение закупленных товаров на складе; подсортiroвку, подработку и подготовку товаров к реализации; организацию размещения товаров на торговом оборудовании; консультирование и обслуживание покупателей в процессе продажи потребительских товаров; организацию продажи товаров конечным покупателям; формирование комплекса послепродажных услуг для потребителей товаров; сбор и обработку информации о потребительском рынке; исследование конъюнктуры потребительского рынка, на котором функционирует данное предприятие; финансирование торговых операций; принятие на себя части риска, связанного с реализацией товаров потребителям; рекламу и стимулирование сбыта товаров [6].

Основные параметры выполняемых розничным предприятием функций (их объем и характер) зависят от соотношения факторов:

- особенности потребительского рынка, на котором функционирует предприятие (количество реальных и потенциальных покупателей ПРТ, их уровень доходов и структура потребностей и т. д.);
- специфика продукции, реализуемой организацией (характер спроса на реализуемую продукцию, уровень цен, качества и технической сложности и т. д.); –

специфика самого предприятия (размер и территориальное расположение, этап его жизненного цикла, цели и организационная структура организации и т. д.).

Чуть более сжато рассмотрим мнение Б. Андерсена касательно видов бизнес-процессов и увидим, что его точка зрения имеет немало общего с предыдущей. Точно также выделяются три главных процесса: основные, вспомогательные и управленические.

1. Основные процессы: назначение процессов – создание и реализация основных продуктов; результат – основной продукт или полуфабрикат для его изготовления; процессы лежат на пути создания основных продуктов; процессы добавляют продукту ценность для потребителя.

2. Вспомогательные процессы: назначение процессов – обеспечение деятельности основных процессов; результат – ресурсы для основных процессов; деятельность процессов не касается основных продуктов; процессы добавляют продукту стоимость.

3. Управленческие процессы: назначение процесса – управление деятельностью всей организации; результат – деятельность всей организации [7].

На наш взгляд, вышеприведённое мнение Б. Андерсена можно применять в виде универсальной модели к описанию видов бизнес-процессов предприятия будь то розничная торговля, оптовая или иной вид торговой деятельности.

В качестве ещё одного примера рассмотрим выдержку из электронного журнала «Стратегический менеджмент», где увидим подобную трактовку:

1. Основные бизнес-процессы: процессы, ориентированные на производство товара или оказание услуги, являющиеся целевыми объектами создания предприятия и обеспечивающие получение дохода.

2. Вспомогательные бизнес-процессы: процессы, предназначенные для обеспечения выполнения основных БП и поддержания их специфических черт.

3. Бизнес-процессы управления – это процессы, охватывающие весь комплекс функций управления на уровне каждого БП и бизнес-системы в целом. Сюда входят процессы стратегического, оперативного и текущего планирования, формирования и осуществления управленческих воздействий [8].

Анализируя другие различные мнения экономистов, а также статьи из электронных журналов, можно сделать вывод о том, что практически все обобщённо выделяют три основных бизнес-процесса предприятия: основной, вспомогательный и управленческий. Базируясь на этих анализах, ниже в виде таблице характеристик вынесем своё видение касательно этого вопроса.

Таблица 1

## Виды бизнес-процессов предприятия розничной торговли.

Основные бизнес-процессы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнес-процессы по закупке товаров (исследование конъюнктуры и емкости рынка, изучение и сравнительный анализ поставщиков, потребителей и конкурентов на рынке, планирование ассортимента реализуемых товаров в соответствие со спросом потребителей формирование заказов и заявок на закупку товаров, закупка товаров, формирование торгового ассортимента и т. п.).</li> <li>2. Логистические бизнес-процессы( формирование оптимальных логистических схем перемещения товаров, транспортировка товаров, организация их хранения, поставка товаров в торговые залы предприятий розничной торговли и их рациональное размещение и т. п.).</li> <li>3. Предпродажные бизнес- процессы (информационно- консультационные услуги, комплектование заказов на товары, предпродажная подготовка товаров реализации (фасовка, упаковка и т. д.) реклама товаров и услуг, формирование предварительных заказов товаров, и т. п.).</li> <li>4. Бизнес-процессы по непосредственной реализации товаров (ознакомление покупателей с товарами и услугами, консультирование и обслуживание покупателей в процессе продажи потребительских товаров; передача товаров конечным покупателям; расчетное обслуживание покупателей, упаковка товаров, выдача товаров покупателям и т. д.).</li> <li>5. Послепродажное обслуживание покупателей (гарантийные услуги (техническое обслуживание покупателей, ремонт в гарантийные сроки, монтаж, пуск настройка приобретенных товаров и т. д.) и негарантийные услуги (транспортировка товаров, упаковка товаров и т. д.).</li> </ol>
Вспомогательные бизнес-процессы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процессы подготовки, переподготовки высококвалифицированных кадров.</li> <li>2. Обеспечение предприятия розничной торговли основными фондами в соответствие с оптимизацией торгового процесса.</li> <li>3. Сервисное обслуживание оборудования.</li> <li>4. Обеспечение предприятия связью, ИТ -обеспечение.</li> <li>5. Административно-хозяйственное обеспечение, финансовое и бухгалтерское обеспечение деятельности организации</li> <li>6. Обеспечение безопасности покупателей и их имущества и т. д.</li> </ol>
Бизнес-процессы управления	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегическое и текущее управление предприятием розничной торговли в целом.</li> <li>2. Планирование деятельности предприятия розничной торговли.</li> <li>3. Управление финансовой деятельностью.</li> <li>4. Управление маркетинговой деятельностью.</li> <li>5. Управление персоналом и др.</li> </ol>

Итак, рассмотрев мнения различных учёных-экономистов на тему видов бизнес-процессов предприятия мы пришли к выводу, что вышеуказанные мнения, на основе которых выявлено и наше, являются классической моделью в вопросе определения видов процессов. Но тем не менее каждая организация имеет свою специфику деятельности, свою продукцию и услуги, определенных поставщиков и покупателей, действует на определенной территории, в определенном правовом поле и т. п. Поэтому говорить о типовых бизнес-процессах нельзя. На любой набор типовых бизнес-процессов можно привести контрпример, показывающий, что такой типовой набор будет неприменим к какому-либо конкретному предприятию.

С другой стороны, можно говорить об определенном типовом наборе бизнес-процессов применительно к отдельно взятой отрасли, в определенном регионе, в определенном временном промежутке. Причем все равно конкретная реализация бизнес-процессов будет несколько отличаться от типового набора.

### ***Список литературы***

1. Инновационный подход к совершенствованию бизнес-процессов на предприятии розничной торговой сети / Л.Н. Старикова // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2017. – №3. – С. 212–217.
2. Современные методологии и стандарты описания бизнес-процессов: преимущества, недостатки и области применения / В.М. Ковалев // Справочник экономиста. – 2006. – №11. – С. 19.
3. Особенности аутсорсинга в сфере информационно-коммуникационных технологий / В.А.Тушавин // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2014. – №1. – С. 79–86.
4. Моделирование бизнес-процессов на предприятиях розничной торговли / А.В. Петрова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – №9 (147). – Экономика. Вып. 20. – С. 108–112.
5. Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – 2-е изд. – М.: Информ.-внедрен. центр «Маркетинг», 2000. – 448 с.

6. Что такое бизнес-процессы: основные понятия и определения / В.А. Гагарский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 20.10.2016).
7. Инструменты совершенствования. Бизнес-процессы / Б. Андерсен. – М.: РИА Стандарты и качество, 2003.
8. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/biznes-process-organizacija-menedzher-upravlenie-resursy-predprijatie/>
9. Оптимизация бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://piter-soft.ru/automation/more/glossary/process/optimizatsiya-biznes-protsessov/> (дата обращения: 15.01.2017).