

Индикаторы эффективности сбытовой деятельности торгового предприятия с использованием моделирования бизнес-процессов

Высокие показатели динамичности развития и изменения современных условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятиями как малого, так среднего и крупного бизнеса являются тем фактором, который подвигает торговые предприятия постоянно совершенствовать бизнес-процессы, протекающие внутри предприятия. Все это подразумевает формирование и активное развитие качественно новых технологий осуществления финансово-экономической, и в частности сбытовой, деятельности, повышение качества продукции и услуг, а также осуществление процесса внедрения наиболее оптимальных, эффективных и совершенных методов управления предприятием в целом. В связи с вышесказанным процесс моделирования бизнес-процессов предприятия является высокоэффективным и результативным инструментом поиска таких возможностей, которые позволили бы качественно улучшить и оптимизировать финансово-хозяйственную деятельность отечественных предприятий. В представленной статье рассматриваются основные специфические черты моделирования бизнес-процессов с учетом отраслевой направленности субъектов хозяйствования, фундаментальные основы и ключевые подсистемы торгового предприятия. Особое внимание в статье уделено изучению архитектуры бизнес-процессов субъектов хозяйствования, что, в свою очередь, позволяет нам выделить главные индикаторы эффективности сбытовой деятельности торгового предприятия.

Ключевые слова: моделирование бизнес-процессов; эффективность деятельности; торговое предприятие; индикаторы эффективности; сбытовая деятельность.

Процесс моделирования бизнес-процессов представляет собой метод, который позволяет дать оценку деятельности предприятия в отношении тех требований, которые предъявляются к процессу его функционирования, управления, конечным результатам деятельности и степени удовлетворенности клиента [1, с. 10].

Что касается специфики бизнес-процессов для торговых предприятий, то они определяются ее функциями, представленными в таблице 1.

Таблица 1

Основные функции торговых предприятий [2, с. 158]

Предприятия торговли	
оптовой	розничной
<ul style="list-style-type: none"> – сбыт и его стимулирование; – закупка и формирование товарного ассортимента; – складирование; – транспортировка; – финансирование; – исследование и освоение рынка; – регулирование рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> – исследование состояния рынка; – определение спроса и предложения на конкретные виды товаров; – формирование ассортимента товаров и услуг; – осуществление операций по приему, хранению, маркировке и подготовке товаров к продаже; – формирование цены на товары; – продвижение товаров на рынке сбыта; – предоставление поставщикам и потребителям транспортно-экспедиционных, информационных, консультационных услуг

* Валерия Олеговна Кузьмина, студент магистратуры, АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

E-mail: valeriykuzmina@mail.ru

На основании данных, представленных в таблице 1, следует, что основными элементами предприятия, которое занимается торговлей, являются:

- 1) снабжение;
- 2) сбыт и его стимулирование;
- 3) управление финансами;
- 4) кадровое обеспечение;
- 5) маркетинг.

Обращаясь к моделированию бизнес-процессов, отметим, что после выделения основных элементов предприятия проводится их декомпозиция по уровням в выбранной нотации. Число уровней декомпозиции зависит от поставленных задач к проекту [3, с. 210].

Далее более детально рассмотрим бизнес-процесс сбыта продукции предприятий сферы торговли. Вместе с тем стоит подчеркнуть, что остальные бизнес-процессы торгового предприятия выстраиваются аналогичным способом. Графическое отражение бизнес-процесса сбыта продукции торгового предприятия представлено на рисунке 1.

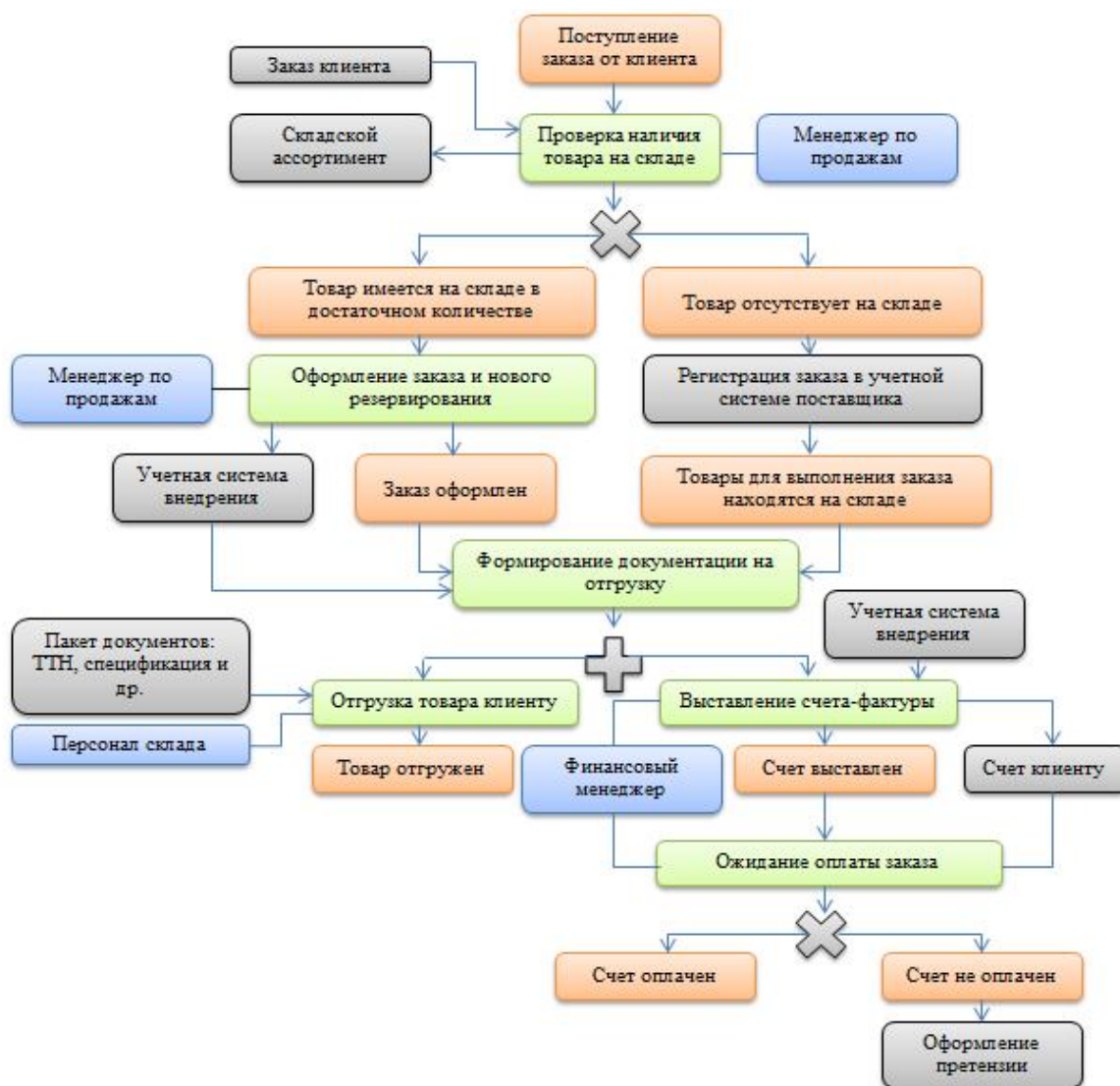


Рис. 1. Модель бизнес-процесса «Сбыт» торгового предприятия [5, с. 379]

Модель бизнес-процесса, представленная на рисунке 1, в полной мере отображает порядок осуществления сбыта продукции, с момента поступления заказа

до момента его отгрузки покупателю. Из рисунка видно, что в целях удовлетворения спроса, предъявляемого потребителями, торговое предприятие должно осуществлять следующие операции: анализ рынка и формирование ассортимента продукции на складе; выбор поставщиков продукции и заключение договоров; доставка заказов клиентам; получение оплаты за продукцию; осуществление контроля над выполнением договоров.

Исходя из рассмотренной модели были сформированы основные индикаторы, отражающие качество функционирования системы сбытовой деятельности торгового предприятия. Представим их в таблице 2.

Таблица 2

**Индикаторы эффективности сбытовой деятельности
торгового предприятия [4, с. 249]**

Индикатор	Формула расчета
Объем выполненных заказов	$\frac{V}{P} * 100\% \rightarrow \max,$ где V – объем выполненных заказов; P – количество поступивших заказов.
Упущенные продажи	$D - S \rightarrow \min,$ где D – потребительский спрос; S – фактические продажи.
Коэффициент эффективности эксплуатации складов	$\frac{C}{A} \rightarrow 1,$ где C – объем продукции на складе; A – складской потенциал.
Качество организации поставок	$\frac{M}{O} * 100\% \rightarrow \min,$ где M – объем поставок с ошибками; O – количество заказов.
Качество обслуживания претензий потребителей	$\frac{N}{R} * 100\% \rightarrow \max,$ где N – количество рекламаций, удовлетворенных в срок за период; R – общее число рекламаций за период.
Качество логистики	$\frac{F}{T} * 100\% \rightarrow \max,$ где F – оценка фактически оказываемых услуг логистики; T – оценка возможного объема логистических услуг.
Эффективность использования ресурсов	$\frac{I}{E} \rightarrow \max,$ где I – валовый доход; E – издержки обращения

Расчет представленных в таблице 2 показателей осуществляется в ходе реализации каждого из элементов системы сбытовой деятельности торгового предприятия по мере перехода материальных потоков из одного бизнес-процесса в другой. На основании полученных в результате расчетов данных можно обнаружить так называемые «узкие места» в системе торгового предприятия, препятствующие максимизации прибыли и негативно влияющие на качество его хозяйственной деятельности.

Таким образом, моделирование бизнес-процессов представляет собой действенный инструмент, который необходим в целях определения текущих проблем торгового предприятия, а также в целях формирования у руководителей понимания механизма взаимодействия системы с внешней средой.

Литература

1. Григорьев Д. И. Моделирование бизнес-процессов предприятия : учеб. пособие. – М. : ИРЦ, 2016. – 214 с.
2. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник. – М. : НИЦ ИНФРА, 2015. – 319 с.
3. Емельянова Н. З. Проектирование информационных систем : учеб. пособие. – М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 432 с.
4. Панченко В. С. Моделирование оценки сбытовой деятельности торгового предприятия // Вестник НГУЭУ. – 2018. – № 3. – С. 242–254.
5. Репин В. В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление : учеб. пособие. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 512 с.

Valeria Olegovna Kuzmina,
Master's student, Liberal Arts University –
University for Humanities (Yekaterinburg)

Sales Performance Indicators of a Trading Company Using Business Process Modeling

The dynamism and high rates of changes in the current financial and economic activities of small, medium and large businesses are the factors that encourage commercial enterprises to constantly improve business processes within the enterprise. All this implies the formation and active development of qualitatively new technologies for financial and economic and, in particular, sales activities. They, in their turn, excel the quality of products and services, as well as the implementation of the most effective, optimal, and perfect methods of enterprise management, in general. The process of modeling the business processes of an enterprise is a highly efficient tool for searching for such opportunities that would allow us to qualitatively improve and optimize the financial and economic activities of domestic enterprises. This article discusses the main specific features of business process modeling, taking into account the industry orientation of business entities, the fundamental foundations and subsystems of a commercial enterprise. The authors will also focus on studying the architecture of business processes of business entities, which, in turn, will allow us to identify the key indicators of the effectiveness of sales activities of a commercial enterprise.

Keywords: business process modeling; performance; trading enterprise performance indicators; sales activities.