

УДК 334.12.72

***УЛУЧШЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ***

Маркосян А.В.

магистрант,

Кубанский государственный университет,

Краснодар, Россия

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы оптимизации розничной торговли посредством оптимизации бизнес-процессов. Преимущественно в этой статье автором сделан упор на продуктовые точки розничной торговли, но предложенные мероприятия в определенной мере применимы для всех предприятий розничной торговли. В том числе предложен выход из ситуации, когда по истечении времени продажи начинают не приносить прибыль, а, наоборот, высасывать ее из компании, путем оптимизации бизнес-процессов.

Ключевые слова: прибыль, розничная торговля, бизнес-процессы, экономическая эффективность, торгово-технологический цикл.

IMPROVE RETAIL BY STREAMLINING BUSINESS PROCESSES

Markosyan A.V.

undergraduate

Kuban State University,

Krasnodar, Russia

Annotation

This article discusses the optimization of retail trade by optimizing business processes. Mainly in this article the author focuses on grocery retail outlets, but the

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

proposed measures are to some extent applicable to all retailers. In particular, the author suggests a way out of the situation when, after a certain period of time, sales begin not to bring profit, but, on the contrary, to suck it out of the company by optimizing business processes.

Keywords: profit, retail trade, business processes, economic efficiency, trade and technological cycle.

Независимо от эпохи, экономической ситуации в государстве предприятия торговли желают получать максимальную прибыль от своей деятельности и для этого производят определенные инвестирования. Вводят инновации, более активно используют имеющиеся ресурсы [2, 20]. Однако любая точка розничных продаж, будь то частный магазин у дома или крупная торговая сеть, со временем сталкиваются с двумя факторами, именуемыми автором условно как «Божественная Корова» и «Насос» (она же – «Воронка»).

Под первым фактором, именуемым «Божественная Корова», автором подразумевается ситуация когда дела предприятия розничной торговли идут хорошо, у него высокие продажи. Как в случае с «Божественной коровой» (на которую все молятся, дают лучший корм и лучшую воду), в нашем случае конкретное предприятие приносит прибыль, в него вкладываются инвестиции. Но проходит энное количество лет, «Корова» стареет и тогда появляется второй фактор, именуемый «Насос» или «Воронка», но только не та, к которой все привыкли в продажах, действующая не сверху вниз, а наоборот сливающая или же высасывающая прибыль из компании. Давайте разберемся в чем же причины появления у ранее благополучного предприятия «Насоса».

В торговых сетях бизнес-процессы традиционно группируются на пять основных блоков. Так, это: блок I, обозначаемый как «Подготавливать и отправлять заказ»; блок II, именуемый «Принимать товарно-материальные ценности (ТМЦ) от поставщиков»; блок III, называемый «Размещать (ТМЦ) от Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

поставщиков»; блок IV, обозначаемый как «Перемещать и складировать ТМЦ»; блок V, именуемый как «Работать в торговом зале» [4, 215].

Сгруппируем данные блоки в четыре основных бизнес-процесса, начиная от момента поступления конкретного заказа до реализации товара. Четыре рассматриваемых процесса охватывают деятельность любого торгового предприятия, образуя законченный торгово-технологический цикл [3, 148]. Первое структурное звено цикла – «Совершенствование», второе – «Описание и регламентация», третье – «Автоматизация и выполнение», четвертое – «Контроль и анализ», все в комплексе они позволяют повысить эффективность розничной торговли.

Однако, к сожалению, практика внедрения в России процессного подхода показывает, что подавляющее большинство компаний, начавших внедрение в своей торговой сети процессного управления, останавливаются лишь на стадиях описания и автоматизации бизнес-процессов [5, 47-48]. И это вовсе не ведет к повышению эффективности продаж, а скорее со временем приводит к ситуации, именуемой автором как «Воронка».

Для избежания этого цикл управления бизнес-процессами любого торгового предприятия, включая точки розничной торговли должны быть четко структурированы описаны и регламентированы, при этом процессы необходимо реализовать, прежде всего, в информационных системах. Также необходим качественный контроль и анализ существующих процессов, а именно нужно своевременно контролировать точность их выполнения, а также регулярно рассчитывать значения показателей эффективности и соотносить их с соответствующими плановыми значениями. Все имеющиеся в торговой сети процессы требуют регулярного совершенствования [3, 148].

Для оптимизации имеющихся на предприятии торговли бизнес-процессов нужны электронные системы складской логистики (доставка, выгрузка, перемещение по складу). Важен контроль за погрузкой и размещением товара в транспорте, от ближайшей точки назначения до самой дальней, т.к. от этого

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

зависит напрямую второй процесс - доставка груза. Потеря времени уходит на отцепление прицепов, поиск нужного товара в кузове автомобиля, поэтому нужен четкий контроль за сбором паллет и прочих приспособлений для доставки грузов, т.к. все эти факторы приводят к конечной точке доставке, к потере времени, а значит и потенциальной прибыли.

Также для улучшения бизнес-процессов предприятия торговли нужна и грамотная транспортная логистика, установление на транспорт современных систем отслеживания передвижения и связи. В первом случае минимизировать задержки в пути, во втором обеспечить возможность водителю в кратчайшие сроки связаться с оператором, в случае форс-мажорных обстоятельств. Как и указывалось в первом пункте, сокращается погрузка и выгрузка товара. Все выше перечисленные факторы позволят сократить время доставки от склада до точки реализации и от точки реализации, к покупателю [1, 76-77]. В конечном результате от слаженности работы этих двух подразделений будет желаемый результат - увеличение прибыли.

Но нельзя и не отметить самый важный фактор оптимизации бизнес-процессов, а именно - работу внутри самой торговой точки. Сотрудник предприятия розничной торговли, ответственный за данный блок бизнес-процесса должен владеть инструментальной базой по осуществлению контроля за уровнем корректности и своевременности выполнения блоков бизнес-процессов сотрудниками магазина. Для этого необходимо обучать новых сотрудников предприятия розничной торговли специфике торгово-технологического процесса.

Также для совершенствования торгово-технологического процесса немаловажным видится создание информационно-контрольной базы, такое корректирование можно осуществлять по итогам оценки действующего исполнения. Для качественного обеспечения работы всех структурных подразделений предприятия розничной торговли требуется создание определенных регламентов для сотрудников и своевременное их

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

корректирование. Оценка качества исполнения таких регламентов должна осуществляться непрерывно и соответствовать постоянно меняющимся условиям среды в жесткой конкурентной борьбе [3, 219-221].

Подводя итог сказанному, можно констатировать, что для повышения эффективности розничной торговли важно непрерывно находиться в поиске инновационных, современных методов выполнения работы торговой точки, внедрение которых послужит в дальнейшем платформой для последующего усовершенствования имеющихся бизнес-процессов. Для эффективной работы предприятия розничной торговли требуется четкое назначение лиц, ответственных за тот или иной участок бизнес-процесса, которые будут напрямую предоставлять отчетность руководству. Однако для этого требуются не только ответственные сотрудники, но и при этом имеющие опыт работы с современными инструментами для осуществления качественного выполнения поставленных перед ними задач.

Библиографический список:

1. Журавлева Н.Ю., Проблемы развития логистики розничных торговых сетей / Н.Ю. Журавлева, М.А. Цветков, И.Ю. Цветкова // Вестник СамГУПС. – 2019. – № 1 (43). – С. 71–78.
2. Лямин Б.М. Теоретические аспекты инновационно-инвестиционной деятельности предприятий торговой отрасли / Б.М. Лямин // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – № 5. – С. 20–25.
3. Оборин М.С. Повышение эффективности деятельности предприятий розничной торговой сети на основе моделирования бизнес-процессов / М.С. Оборин, Л.Н. Старикова // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Т. 11. – № 7 (77). – С. 145–158.
4. Старикова Л.Н. Инновационный подход к совершенствованию бизнес-процессов на предприятии розничной торговой сети / Л.Н. Старикова // Вестник ПНИПУ. – 2017. – № 3. – С. 212–222.

5. Топорин М.А. Автоматизация процессов и ее влияние на работу предприятий. Автоматизация бизнес-процессов в Sales & Marketing / М.А. Топорин // Молодой ученый. – 2018. – № 24. – С. 45–49.

Оригинальность 96%