

Герасимова С.В., Нечай В.В.

УДК 330.46

**АРХИТЕКТУРНЫЙ ПОДХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Анотація.** Уточнені теоретичні аспекти складових комерційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі: сутність, етапи, показники. Зроблено акцент на показниках економічної ефективності комерційної діяльності підприємства та факторах впливу. Предложено архітектурний підхід до деталізації комерційної діяльності підприємств, на основі чого розроблено моделі (діаграми), що відображають ключові бізнес-процеси.

**Ключевые слова:** комерційна діяльність, ефективність діяльності, архітектура підприємства, моделі, бізнес-процеси.

**Анотація.** Уточнено теоретичні аспекти складових комерційної діяльності підприємства роздрібної торгівлі: сутність, етапи, показники. Зроблено акцент на показниках економічної ефективності комерційної діяльності підприємства та факторах впливу. Запропоновано архітектурний підхід до деталізації комерційної діяльності підприємств, на основі чого розроблено моделі (діаграми), що відображають ключові бізнес-процеси.

**Ключові слова:** комерційна діяльність, ефективність діяльності, архітектура підприємства, моделі, бізнес-процеси.

**Summary.** Theoretical aspects of components of commercial activity of the enterprise of retail trade are specified: essence, stages, indicators. Commercial activity, being an indispensable condition of the consumer market and business in the sphere of commerce is interpreted as the operations connected with a purchase and sale of goods, complete meeting consumers demands, the maximum reduction of distribution costs, development of target commodity markets and receiving of profit on this basis. The main stages of commercial activity include: choice of methods of sale; analysis of demand for goods; formation of the optimum range; information and advertising activity; organization of a complex of services to consumers.

The emphasis is placed on indicators of economic efficiency of commercial activity of the enterprise and factors of influence on retail environment. Architectural approach to specification of commercial activity of the enterprises on the basis of which models (diagrams) displaying key business processes are developed is offered. For development of models methodologies of the structural analysis and ARIS were used. This approach allows modeling the results of commercial activity, defining the different production and organizational factors, requirements, the principles concerning indicators of efficiency of commercial activity of the enterprises.

**Keywords:** business activity, efficiency of activity, architecture of the enterprise, models, business processes.

Эффективность коммерческой деятельности любого предприятия всегда рассматривалась как основной фактор обеспечения его конкурентоспособности. Развитие конкурентной среды и появление новых управленческих технологий, ориентированных на удовлетворение потребностей рынка, объективно усиливают необходимость изучения условий осуществления коммерческой деятельности торгового предприятия, характеризующейся высокими результатами.

Выполняя важные экономические и социальные функции, розничная торговля поддерживает высокий уровень жизни населения, занятость, развитие малого бизнеса, тем самым обеспечивая экономическое развитие государства.

Отрасль имеет устойчивое экономическое состояние, с соответствующим уровнем насыщенности товарами и услугами, достаточно развитой сетью предприятий розничной торговли, с очень высокой предпринимательской активностью.

Наряду с позитивными характеристиками, присущими коммерческой деятельности торговых предприятий, следует отметить и ряд проблемных, среди которых основополагающая зависимость от поставщиков, от потребностей потребителя, несовершенные информационные системы, несовершенный маркетинг и др.

В сложившихся реалиях очень актуальным является вопрос структурной организации деятельности торгового предприятия, которая бы давала более четкое представление о логике ключевых бизнес-процессов, протекающих в нем, и управленческих решениях, принимаемых с учетом изменений внутренней и внешней среды. Речь идет об архитектурном подходе как о действенной управленческой практике, направленной на максимизацию коммерческих результатов предприятия в процессе достижения ним поставленных целей.

Архитектура предприятия в общем смысле призвана отражать с помощью разных моделей интеграцию и стандартизацию его бизнес-процессов. Именно это позволило сформулировать цели и задачи данного научного исследования.

Основной целью статьи является определение и характеристика ключевых бизнес-процессов торгового предприятия, а также их моделирование с применением архитектурных принципов, методов и моделей. Научными задачами выступили: 1) определение сущности и содержания коммерческой деятельности предприятия; 2) уточнение показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия и факторов влияния на них; 3) моделирование бизнес-процессов торгового предприятия с использованием методологий структурного анализа и др.

Четкое определение понятия «коммерческая деятельность» приводит Л.П. Дашков [2], который считает, что коммерческая деятельность – это обязательное условие потребительского рынка и предпринимательства в сфере коммерции. По его мнению, коммерческая деятельность – это операции, которые связаны с куплей и продажей товаров, полным удовлетворением спроса потребителей, максимальным уменьшением издержек обращения, развитием целевых рынков товаров и получением на этой основе прибыли.

Ф.Г. Панкратов [4] раскрывает основные этапы коммерческой работы по розничной продаже товаров предприятий: выбор методов продажи, обеспечивающих лучшую эффективность розничной продажи для конкретного магазина; анализ спроса на товары; формирование оптимизированного ассортимента; информационно-рекламная деятельность; организация комплекса услуг потребителям. Каждый из выделенных этапов служит единой цели – удовлетворению потребностей населения в товарах и услугах, обеспеченных денежными средствами.

Как известно, обеспечивают коммерческий успех розничного торгового предприятия финансовые показатели, а к факторам, влияющим на них, относят кадровое обеспечение, фактическое состояние материально-технической базы торгового предприятия, организация торгово-технологического процесса, хозяйственные взаимоотношения.

Для розничных торговых предприятий актуален вопрос о роли маркетинга в управлении. Как было отмечено выше, это одна из управленческих проблем торговых предприятий, поскольку, как показывает практика, они не в полной мере используют маркетинговый инструментарий, недооценка и неиспользование которого сдерживает темпы развития торговли, результатом чего является невысокая эффективность коммерческой деятельности.

Согласимся с мнением Е.И. Мазилкиной [3], что маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности предприятия розничной торговли на практике доказал свою высокую эффективность. Основным его проявлением является то, что организация постоянно и целенаправленно воздействует на рынок посредством комплекса инструментов маркетинга, включающего: товар, цену, систему сбыта и систему маркетинговых коммуникаций.

Разделяем мнение Ф.Г. Панкратова [4] о том, что проводя систематический и глубокий анализ коммерческой деятельности, можно:

- во-первых, наиболее полно оценить результативность коммерческой работы предприятия в целом и его подразделений;
- во-вторых, анализировать факторы, которые оказывают влияние на прибыль товаров и предоставляемых услуг;
- в-третьих, определять издержки обращения на торговую деятельность и причины их изменения;
- в-четвертых, определять наилучшие пути решения проблем в коммерческой деятельности, что будет способствовать получению достаточной прибыли, но, по нашему мнению, возникает предположение, что коммерческая деятельность предприятия торговли может быть оценена лишь при условии наличия полной исчерпывающей информации о ее состоянии, полученной в результате комплексного анализа составляющих ее элементов.
- В авторской интерпретации Л.А. Пасечко [5,6] предлагается система оценки элементов коммерческой деятельности на основе группировки коммерческой деятельности по следующим направлениям:
  - элементы, позволяющие изучить и сделать прогноз ситуации на рынке;
  - элементы, позволяющие провести анализ закупки и поставки товаров, формирования товарных ресурсов предприятиями розничной торговли и поставщиками товаров;
  - элементы, позволяющие провести анализ операций, связанных с реализацией товара и политику розничного торгового предприятия по продаже товара.

Каждый из выделенных элементов служит единой цели – удовлетворению потребностей населения в товарах и услугах, обеспеченных денежными средствами.

Коммерческая деятельность предприятия розничной торговли оценивается ее социальной эффективностью, которая сводится к трем результирующим характеристикам, раскрывающим его сущность: культура торговли, качество торгового обслуживания, культура обслуживания.

Исходными данными в анализе эффективности коммерческой деятельности путем сопоставления прибыльного и затратного механизмов в исследовании Е.С. Холина [8] являются: полный учет, анализ и оценка экономических показателей. Основные показатели хозяйственной деятельности торгового предприятия, осуществляемой на коммерческой основе, Холин Е.С. подразделяет на две группы, позволяющие оценить две категории: экономический эффект и экономическую эффективность.

Особый интерес представляет технология результативности коммерческой деятельности торгового предприятия О.В. Памбухчиянц, основной акцент в которой ставится на определении затрат, связанных с осуществлением технологических операций (табл. 1) [7].

**Таблица 1.** Этапы оценки коммерческой деятельности предприятия

Наименование этапа	Характеристика этапа
1. Анализ использования оборотных активов	Анализ роста реализации в денежном выражении производственных и непроизводственных фондов, технических средств, выявленный прирост производства от перечисленных активов поможет установить конкурентоспособность предприятия на рынке
2. Анализ затрат по этапам товародвижения	Возникновение незапланированных расходов на транспорт, охрану, штрафы, вследствие этого увеличения предполагается увеличение издержек
3. Анализ затрат по структуре товаров	Затраты по структуре товаров – это закупочная цена, издержки обращения, вспомогательные расходы, которые необходимо фиксировать по группам товаров
4. Анализ экономических показателей	Данный анализ определяет степень использования объектов на всем пути товародвижения, а также обращаемость закупленных и проданных товаров

Заключительным этапом анализа эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия будет считаться сравнительный анализ с применением метода сопоставления затрат предприятия и полученных результатов. На основании полученных в ходе анализа результатов принимаются первоочередные меры руководством предприятия.

Акцентируя внимание на второй части цели исследования – моделирование ключевых бизнес-процессов торгового предприятия, рассмотрим один из известных уже подходов в этом направлении [1], который может послужить основой для построения собственных авторских моделей.

Так, наибольший интерес, по нашему мнению, представляет модель процесса организации коммерческой деятельности в розничном торговом предприятии, представленная на рисунке 1. За исходные позиции в модели приняты: факторы внешней и внутренней среды, стратегия коммерческой деятельности, образование коммерческой службы, развитие материально-технической базы, расширение целевых рынков, создание банка данных для информационного обеспечения.

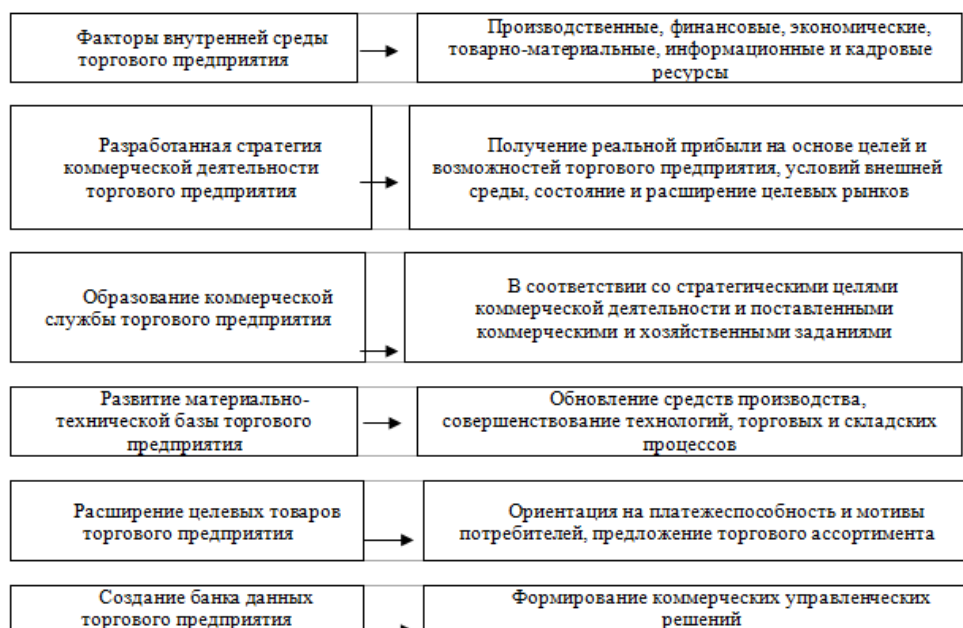


Рис. 1. Модель процесса организации коммерческой деятельности в розничном торговом предприятии [1]

Методологии построения архитектуры предприятия, среди которых наиболее распространенными являются методологии структурного анализа и ARIS, позволяют построить модели (диаграммы), отображающие обобщенное видение ключевых аспектов коммерческой деятельности предприятия.

Так, на основе изложенных выше разных характеристик относительно сущности, содержания и результативности коммерческой деятельности торговых предприятий, авторское видение движения и источников информации, а также основных процессов и подсистем в виде диаграммы потоков данных (DFD) приобретает следующий вид (рис. 2).

В данной диаграмме (см. рис. 2) отражен обмен информацией между подразделениями торгового предприятия в виде стрелок, взаимодействие этих подразделений между собой с так называемыми внешними сущностями, в качестве которых выступают потребители и поставщики. Также данная диаграмма указывает на основные бизнес-процессы, характерные таким предприятиям, и на последовательность их осуществления. В частности, из диаграммы видно, что ключевыми действиями торгового предприятия являются анализ рыночных тенденций, формирование товарного ассортимента, информирование и рекламирование о товарах, учет, анализ экономических показателей, организация продаж и сервисного обслуживания потребителей. Именно эти действия стали основой построения диаграммы функций и дерева целей с применением методологии ARIS.

Диаграмма «дерево целей», позволяет определить основные цели и подцели предприятия розничной торговли, формирующие основу стратегии его развития и место эффективности коммерческой деятельности предприятия в этой стратегии (рис. 3).



Рис. 2. Диаграмма потоков данных (DFD) предприятия розничной торговли

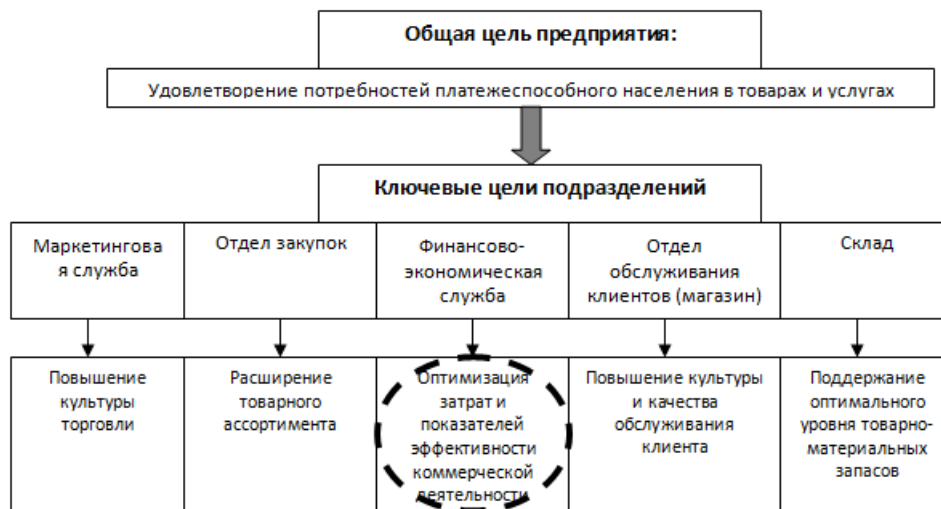


Рис. 3. «Дерево целей» предприятия розничной торговли

Диаграмма функций разбивает на составляющие один из бизнес-процессов предприятия – учет, анализ коммерческой деятельности предприятия розничной торговли, который традиционно на предприятиях осуществляется усилиями финансово-экономической службы или бухгалтерии (рис. 4). Подобным образом можно детализировать каждый из уже перечисленных выше ключевых бизнес-процессов предприятия, и объединив их в общую схему, иметь представление об организационной логике действий и решений руководства, подразделений.

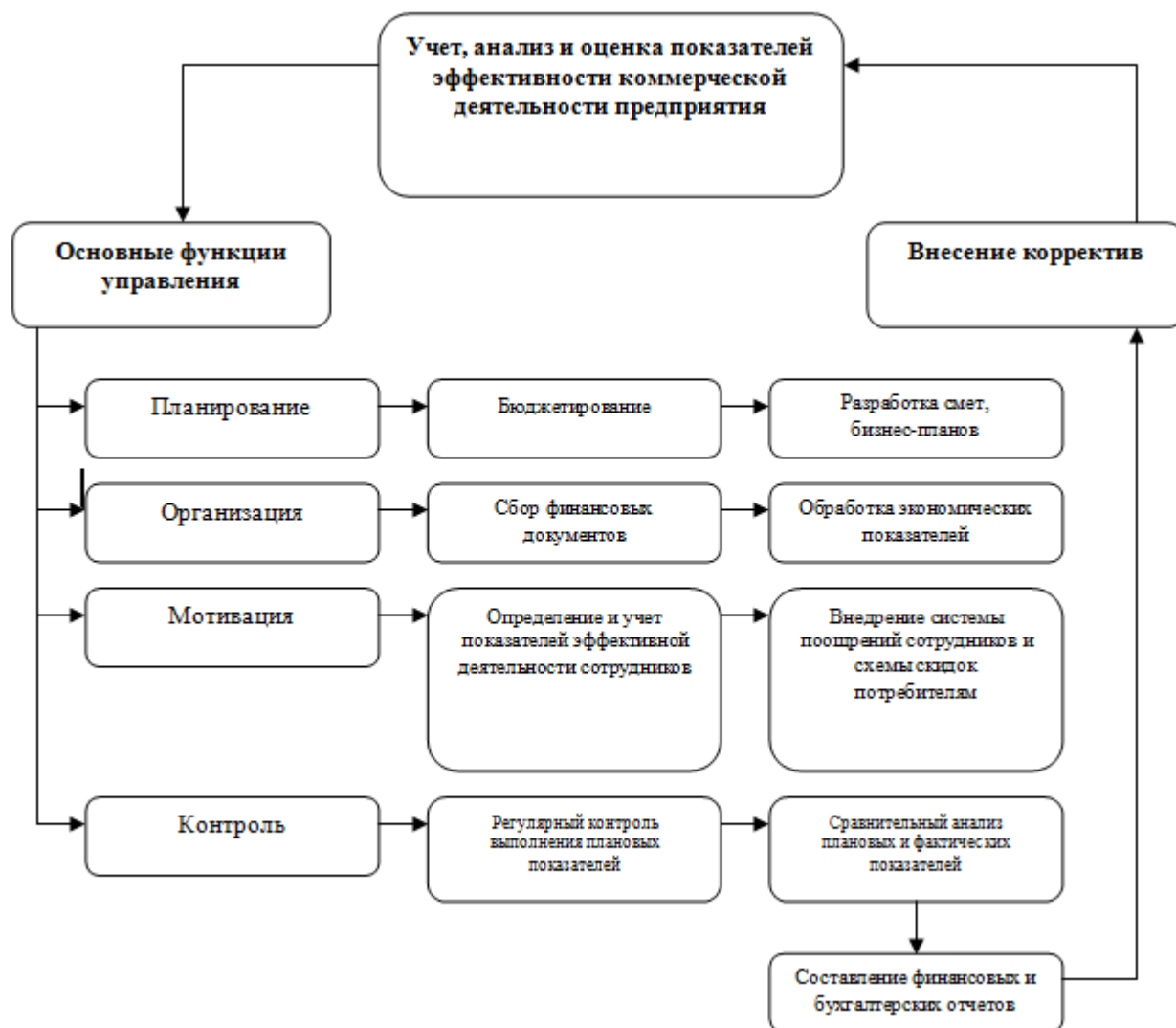


Рис. 4. Диаграмма функций финансово-экономической службы предприятия розничной торговли

Таким образом, эффективная коммерческая деятельность предприятия розничной торговли является важнейшей составляющей его устойчивого развития и основным фактором обеспечения его конкурентоспособности.

Методологии построения архитектуры позволяют моделировать бизнес-процессы и результаты коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Значимость этих моделей (диаграмм) аргументируется тем, что определяются разные производственно-организационные факторы, требования, принципы, имеющие отношение к показателям эффективности коммерческой деятельности предприятий.

#### Источники и литература:

1. Бухтиярова Т. И., Ташкинова Т. В. Обеспечение конкурентоспособности предприятий розничной торговли // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6 (электронный журнал).
2. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К. Коммерция и технология торговли : учебник. – 10-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2010. – 696 с.
3. Мазилкина Е. И. Маркетинговые коммуникации : учебно-практическое пособие. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2010. – 256 с.
4. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник. – 12-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2010. – 500 с.
5. Пасечко Л. А. Коммерческая деятельность розничной торговли потребительской кооперации и направления ее развития : дис. канд. экон. наук. – Белгород, 2004. – 227 с.
6. Пасечко Л. А. Развитие маркетингового управления коммерческой деятельностью торговой организации : теория, методология, практика : автореф. дис. доктора. экон. наук. – Белгород, 2010. – 43 с.
7. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учеб. пособие. – М. : Маркетинг, 2010. – 320 с.
8. Холин Е. С. Экономический механизм управления предпринимательской деятельностью торгового предприятия. – М. : Российская экономическая академия, 2007. – 36 с.