

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

**Автоматизация бизнес-процессов торгового
предприятия**

сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Рычкова Е.С.

Автоматизация бизнес-процессов торгового предприятия: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 25 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра экономической безопасности и экспертизы, 2017

© Рычкова Е.С., составление

Содержание

1	Краткое изложение лекционного материала	4
2	Методические рекомендации к практическим занятиям	19
3	Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы	46

1. Краткое изложение лекционного материала

Лекция – одна из базовых форм обучения обучающихся. Углубляясь в значение термина, можно сказать, что лекцией следует называть такой способ изложения информации, который имеет стройную логическую структуру, выстроен с позиций системности, а также глубоко и ясно раскрывает предмет.

В зависимости от задач, назначения и стиля проведения различают несколько основных видов лекций: вводная, информационная, обзорная, проблемная, визуализационная, бинарная, конференция, консультация. Лекция, особенно проблемного характера, дополняет учебники и учебные пособия. Она оказывает существенное эмоциональное влияние на обучающихся, будит мысль, формирует интерес и желание глубоко разобраться в освещаемых лектором проблемах.

Тема 1. Введение

Цель: Ознакомление с общими понятиями автоматизации бизнес-процессов

Краткое изложение лекционного материала

В работе любой организации со временем появляется необходимость в автоматизации некоторых процессов. С нарастанием производства растет количество бизнес-процессов и информации, которую необходимо контролировать. И для извлечения большей выгоды и более слаженной их работы необходима автоматизация всего предприятия. Автоматизация бизнес-процессов предприятий – целенаправленная организация автономной системы управления компанией. Таким образом, автоматизация предприятий осуществляет контроль всех этапов производства и вносит в производственный процесс значительные коррективы.

Основные задачи автоматизации бизнес-процессов на предприятии:

защита организации от недобросовестных сотрудников и минимизация нанесенного ими вреда;

улучшения качества товаров, оказания услуг;

эффективный контроль над материальной базой организации и запасами в помещениях склада;

постоянный мониторинг производства компании, упрощения процесса информирования внешних и внутренних контролирующих органов.

Для разных типов компаний автоматизация бизнес-процессов дает свои особые преимущества. Автоматизация бизнес-процессов предприятий в самую первую очередь дает возможность тотального контроля сотрудников, который при разумном использовании может повысить эффективность работы всего персонала. Присутствует возможность быстрой корректировки задачи, которые стоят перед компанией, с учетом обстановки на рынке. Маневренность позволяет быстро адаптироваться к разным изменениям. Организации, которые направлены в основном на потребителя и на оказания услуг, получают достаточно гибкую систему управления процессом производства.

Основная проблема каждого предприятия - это повышение уровня качества товара или оказания услуг. Автоматизация бизнес-процессов позволяет провести быстрый контроль всей выпускаемой продукции на производстве в достаточно короткие сроки.

Преимущества автоматизации бизнес-процессов предприятия:

оптимизация всех бизнес-процессов и снижение основных затрат;

повышение эффективности использования программного обеспечения и оборудования;

повышение качества производимого товара или услуги путем контроля производства;

быстрая реакция на неполадки и сокращение времени простоев, ремонтных работ; оптимизация процесса взаимодействия с потребителями и поставщиками;

возможность быстро реагировать на изменения рынка потребителя и адаптация к новым условиям.

Подобный подход к оптимизации бизнес-процессов будет оправдан экономически, автоматизация предприятия позволит качественно, своевременно, быстро и эффективно выполнять поставленные перед производством задачи.

Однако сегодня ведется много споров об актуальности определенного подхода для автоматизации компаний. Но наиболее грамотным и правильным подходом будет считаться так называемый «западный». Развился он изначально в более развитых странах, и сейчас осуществляются попытки внедрения его в российские организации.

За основу такого подхода можно взять утверждение следующее: «Автоматизация процессов предприятия должна быть эффективной и вытекать из стратегии процветания организации». Другими словами, автоматизировать необходимо те задачи, которые могут способствовать достижению цели организации. При этом любая задача автоматизации будет оценена с позиции Эффективность/Цена.

Данный подход действительно называют правильным, даже почти идеальным. Суть подхода заключается в следующем:

1. Исходя из стратегии и целей организации, выделяются требующие качественного улучшения бизнес-процессы.

2. Для любого определенного бизнес-процесса ставится определенная задача автоматизации, которая позволяет повысить эффективность и качество работы процесса.

3. Такой возможный эффект от задачи автоматизации бизнес-процессов оценивается заранее и обычно сравнивается с затратами на ее реализацию.

4. Автоматизация и реорганизация бизнес-процессов предприятия.

Задачи планирования распределения ресурсов организации (трудовых, материальных, финансовых) – уменьшение затрат, которые связаны с использованием многих ресурсов:

Технологически-конструкторские процессы – повышение качества и уменьшение стоимости конструкторско-технологических разработок.

Управление взаимодействия с клиентами - привлечение потенциальных и удержание постоянных клиентов.

Однако для подхода к автоматизации бизнес-процессов российских предприятий необходимо учитывать следующие факты:

Отсутствие стратегического менеджмента.

Отсутствие политики ориентированности на клиентов.

Достаточно низкая квалификация в области управления менеджмента. Возможное отсутствие грамотности в управлении с применением информационных технологий.

Отсутствие четких и эффективных методик планирования ресурсов и деятельности.

Неразвитость информационно технической инфраструктуры.

Задачи автоматизации управления (учет и планирования) решены отдельными локальными задачами, которые развивать и поддерживать часто некому.

Не самое хорошее состояние технологически-конструкторской документации, расхождение ее с реальными процессами технологии.

Исходя из российских реалий, необходимо учитывать самые жесткие требования в ведении налогового и бухгалтерского учета. Эти задачи отнимают достаточно много ресурсов у организации и не всегда правильно поддерживаются системами управления в комплексе.

Таким образом, для автоматизации предприятий России был разработан свой подход и сформулирован в следующих тезисах:

первоначально автоматизация направлена на более понятные сотрудникам организации процессы – контроль и учет;

постепенная автоматизация бизнес-процессов предприятия;

вовлечение руководителей организации в автоматизацию бизнес-процессов; эволюционный рост и развитие информационной системы; постепенная и мягкая перестройка бизнес-процессов.

Разработанный специально для предприятий России подход дает следующие преимущества:

Автоматизация процессов контроля и учета позволяет решить задачи налогового и бухгалтерского учета, и переориентироваться на решение задач управления и планирования.

Предприятие не тратит больших средств на комплексную автоматизацию.

Вовлечение в процессы автоматизации руководителей и постепенная автоматизация и позволяет проследить связь между процессами управления и ИТ-решениями, повышает квалификацию руководства.

Получение своевременных и точных учетных данных позволяет рассмотреть проблемы, которые связаны затратами на использование дополнительных ресурсов, проблемы в работе с потенциальными клиентами, что подталкивает руководителей к усовершенствованию бизнес-процессов и позволяет планировать новые направленные на решение подобных проблем задачи для автоматизации.

Повышается квалификация сотрудников - освоение отдельных участков автоматизации гораздо проще, чем комплексную систему.

Комплексная автоматизация бизнес-процессов предприятия часто выглядит следующим образом:

1. Автоматизация управленческого учета, оперативного производственного.
2. Автоматизация расчета кадрового учета, заработной платы, бухгалтерского учета.
3. Автоматизация естественного планирования ресурсов (трудовых, материальных).
4. Автоматизация бюджетирования и финансового планирования.
5. Автоматизация всего предприятия в комплексе.

В условиях современного рынка автоматизация бизнес-процессов является залогом успешного функционирования любой организации и требует квалифицированного четкого подхода и глубокого понимания всех основных нюансов деятельности конкретной компании.

Автоматизация бизнес-процессов позволяет ускорить внешние и внутренние и бизнес-процессы предприятия за счет единой системы управления, сэкономить средства, организовать особый бизнес, повысить уровень и эффективность дохода компании.

Тема 2. Понятие и содержание технологического процесса предприятия

Цель: Ознакомление с содержанием технологического процесса предприятия

Краткое изложение лекционного материала

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения. На этой стадии к осуществлению торгово-технологического процесса товародвижения подключаются розничные покупатели, которые, в зависимости от применяемых методов продажи товаров, могут играть в нем весьма активную роль.

Структура торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности торгового предприятия, применяемого метода продажи товаров, типа, размера магазина и других факторов.

Большую роль в торгово-технологическом процессе играют коммерческие операции. Их своевременность и качество выполнения влияют на широту и глубину ассортимента предлагаемых товаров, бесперебойность торговли ими и в целом на качество об-

служивания покупателей. К числу таких операций относят изучение спроса покупателей, составление заявок на завоз товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации. Естественно, что в самостоятельных торговых предприятиях характер коммерческих операций более сложный, чем в магазинах, не обладающих хозяйственной самостоятельностью.

Таким образом, торгово-технологический процесс в магазине можно разделить на три основные части: операции с товарами до предложения их покупателям; операции непосредственного обслуживания покупателей; дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

На качество торгового обслуживания существенное влияние оказывают операции с товарами до предложения их покупателям. К ним относят: разгрузку транспортных средств; доставку товаров в зону приемки; приемку товаров по количеству и качеству; доставку товаров в зону хранения, подготовки к продаже или непосредственно в торговый зал (в зависимости от степени готовности их к продаже); хранение товаров; подготовку товаров к продаже; перемещение товаров в торговый зал; выкладку товаров на торговом оборудовании.

Для того, чтобы обеспечить высокий уровень обслуживания покупателей, в магазине должен постоянно изучаться спрос, который служит основанием для составления заявок на завоз товаров. Работники магазина обязаны обеспечить квалифицированную приемку поступивших товаров. В магазине должны быть созданы все условия для рационального хранения товаров и подготовки их к продаже. Существенно облегчается процесс непосредственного обслуживания покупателей, если товары надлежащим образом подготовлены к продаже, рационально подобран их ассортимент и они правильно размещены в торговом зале. Особенно большое значение имеют операции с товарами до предложения их покупателям в магазинах самообслуживания.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляют операции непосредственного обслуживания покупателей, к которым относятся: встреча покупателя; предложение товаров; отбор товаров покупателями; расчет за отобранные товары; оказание покупателям дополнительных услуг.

На этой стадии торгово-технологического процесса между покупателями и персоналом магазина возникают межличностные психологические контакты, которые отражают сложные экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров. Поэтому в магазине должны быть созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товаров и т. д.

Третья часть торгово-технологического процесса включает выполнение операций, связанных с дополнительным обслуживанием покупателей. Они направлены на оказание им разнообразных услуг, связанных с приобретением товаров (прием предварительных заказов, комплектование подарочных наборов, раскрой тканей и т. д.).

Торгово-технологический процесс в магазине должен строиться на основе следующих основных принципов: обеспечение комплексного подхода к его построению; создание максимальных удобств для покупателей; достижение наиболее рационального использования помещений и торгово-технологического оборудования магазина; создание для работников магазина благоприятных условий труда и отдыха, обеспечивающих высокую культуру и производительность труда; обеспечение необходимой экономической эффективности работы магазина.

Тема. 3 Розничная сеть по торговле потребительскими товарами

Цель: Ознакомление с понятием розничной сети по торговле потребительскими товарами

Краткое изложение лекционного материала

Понятие Розничная торговая сеть — это совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей.

Функции розничной торговой сети: закупка товаров; продажа товаров; транспортировка; хранение; принятие риска; финансовая деятельность; информирование рынка, получение информации о рынке; подсортировка, подработка, приведение к товарному виду.

Торговая сеть обеспечивает возможность быстро, удобно с минимальной затратой сил и времени, приобретать нужные товары и услуги, в условиях свободного выбора из широкого и глубокого ассортимента, недалеко от места работы и жилья, в удобном количестве.

Виды розничной торговой сети — характеризуются по двум признакам: стационарности и товарно-ассортиментному профилю.

По первому признаку различают 3 вида сети: стационарную (магазины); полустационарную (павильоны, палатки, ларьки, киоски); передвижную (развозная и разносная).

По второму признаку различают: смешанную (торгующую продовольственными и непродовольственными товарами на одном рабочем месте продавца); специализированную (торгующую товарами одной или двух-трех групп или комплексов); узкоспециализированную (торгующую отдельными подгруппами и видами товаров); универсальную (торгующую всеми группами или продовольственными, или непродовольственными товарами).

Структура розничной сети - это соотношение различных типов предприятий:

1) Соотношение предприятий по торговле продовольственными и непродовольственными товарами.

2) Удельный вес специализированных магазинов в общем количестве торговых предприятий.

3) Используемые формы продажи и методы обслуживания.

4) Соотношение торговых площадей, используемых для реализации отдельных групп товаров.

5) Продолжительность использования торговой площади в течение дня (режим работы).

6) Соотношение торговой площади предприятий, расположенных в отдельно стоящих и встроенных зданиях.

7) Удельный вес магазинов, обеспеченных холодильным оборудованием, в т.ч. предприятий, торгующих скоропортящимися товарами.

8) Средний размер торговой площади одного магазина.

Специализация торговой сети — это ограничение деятельности отдельных предприятий по торговле отдельными группами товаров.

Типизация — система мероприятий, направленных на отбор технически совершенных и экономически эффективных типов магазинов.

Типизация торговых предприятий включает наличие следующих показателей: торговая площадь, товарный ассортимент, форма продажи товаров.

Типизация магазинов позволяет сократить затраты на строительство, упорядочить ассортимент, обеспечить уровень обслуживания.

Показатели, характеризующие качество розничной торговой сети:

1. Плотность торговой сети — количество торговых единиц, приходящихся на 10000 жителей.

2. Обеспеченность населения розничной торговой сетью — торговая площадь, приходящаяся на 1000 жителей.

3. Доля полустационарной сети в общем количестве розничной торговой сети.

4. Уровень специализации розничной торговой сети — отношение количества специализированных предприятий торговли к общему количеству предприятий торговли к общему количеству предприятий торговли.

5. Общая численность торговых предприятий.

6. Средняя торговая площадь магазина.

7. Соотношение торговой и неторговой площади магазина.

Методы размещения розничной торговой сети:

1. Равномерный — с целью максимального приближения к населению.

2. Концентрический или ступенчатый — выделяется общегородской тип, тип жилых районов.

3. Групповой — предполагает создание торговых улиц, торговых центров.

Торговый центр — это комплекс функционально и пространственно связанных предприятий торговли, массового питания, бытового и других видов обслуживания, который обеспечивает населению широкий выбор товаров и услуг в одном месте и экономии времени.

Факторы, влияющие на размещение розничной сети:

1. Градостроительные — величина города, функциональное зонирование территории, плотность населения, размещение мест приложения труда, административных, культурных и спортивных центров;

2. Транспортные — направление и интенсивность основных потоков движения общественного и индивидуального транспорта.

3. Социальные — возможность снижения затрат времени на посещение предприятий розничной торговли, достижения высокого уровня обслуживания.

4. Экономические — эффективность капитальных вложений, оптимальный уровень их доходности.

Материально-техническая база (МТБ) магазинов включает здания, сооружения (навесы, площадки), подъездные пути, кабельные линии, техническое оборудование (водопровод, канализация, отопление, освещение, вентиляция), технологическое и торговое оборудование, инструменты и прочий инвентарь.

Виды зданий магазинов:

1. Встроенные (в первых этажах и подвалах жилых домов и учреждений);

2. Встроенно-пристроенные:

3. Кооперированного пользования, где подвальное помещение и первый этаж занимает магазин, а второй — предприятия бытового обслуживания;

4. Отдельно стоящие.

Требования, предъявляемые к торговым зданиям: технологические, архитектурно-строительные, технические, эстетические, экономические.

Технологические требования — наличие специальных помещений для организации торгового процесса и рационального движения покупательских, товарных потоков; условия для механизации трудоемких операций, обслуживания покупателей с минимальными затратами труда и средств.

Архитектурно-строительные требования — использование современных промышленных методов строительства отдельных помещений; возможность реконструкции и расширения отдельных помещений, наличие удобных подходов и подъездов к магазину.

Технические требования — обеспечение соответствующей оптимальности качества воздуха, освещения.

Эстетические требования — оформление и отделка помещений в соответствии с их назначением.

Экономические требования — эффективность торгового процесса, выбор условий, обеспечивающих наименьшие затраты на проектирование, строительство, эксплуатацию.

Рабочее место в магазине — это зона работы одного или группы людей, ограниченная определенной площадью и оснащенная оборудованием, предназначенным для совершения различных операций, связанных с обслуживанием покупателей (рабочее место продавца, кассира-контролера, продавца-консультанта и др.).

Требования, предъявляемые к организации и обслуживанию рабочих мест:

1. Высокий уровень технического оснащения.
2. Соответствие оборудования требованиям эргономики (психофизиологическим и антропометрическим возможностям человека в процессе труда).
3. Размещение оборудования, инструментов, товаров, упаковочных материалов в удобном для работы порядке.
4. Обеспечение безопасности труда и удобной рабочей позы.
5. Бесперебойное пополнение запасов товаров, упаковочных материалов.
6. Своевременный ремонт оборудования и инвентаря.

Виды помещений (площадей) магазина: торговые и неторговые.

В группу торговых помещений и площадей магазина включаются: торговые залы, залы кафетериев, места для продажи соков, игровых автоматов.

Неторговые помещения составляют 5 групп по признаку их назначения. Первую группу неторговых помещений составляют помещения и площади для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Ко второй группе относятся помещения хозяйственного обслуживания оперативных процессов: хранения тары и упаковочных материалов, запасного оборудования, инструментов, прочего инвентаря, спецодежды, мастерские для ремонта тары и оборудования, ремонтно-декорационная мастерская, камера для мусора и др.).

Третья группа — административно-бытовые помещения. Четвертая группа — технологические помещения. Пятую группу составляют коридоры для перемещения товаров и движения работников магазина.

Технологическая планировка магазина — это совокупность всех помещений магазина в определенной взаимосвязи, позволяющей обеспечить рациональную организацию оперативных процессов. Планировка формирует пути, траектории движения людей и товаров.

Тема 5. Организация розничной продажи и обслуживания покупателей

Цель: Ознакомление с организацией розничной продажи и обслуживания покупателей

Краткое изложение лекционного материала

Особая роль в розничной торговле принадлежит организации продажи и обслуживания покупателей. От уровня обслуживания покупателей во многом зависит эффективность торговли. Требования, предъявляемые к торговому обслуживанию, установлены Законом РФ «О защите прав потребителей». Качество торгового обслуживания определяется прежде всего развитием материально-технической базы предприятий, использованием информационно-компьютерных технологий, приемов и способов продажи, форм обслуживания, соблюдением правил по стандартизации, установлением удобного для покупателей режима работы торговых предприятий, имиджем магазина, рекламой товаров и стимулированием их продаж.

Качество торгового обслуживания неразрывно связано с таким понятием, как «культура торгового обслуживания».

Культура торгового обслуживания зависит от профессиональных знаний торгового персонала, его навыков продажи, уровня интеллектуального, нравственного и эстетического развития, способов и формы общения с покупателями. Под культурой торгового обслуживания понимаются следующие действия продавца в процессе продажи товаров: квалифицированное консультирование покупателей, определение главного мотива по-

купки товара, вежливое обращение с покупателями, умение реагировать на различную манеру их поведения.

На обслуживание покупателей определенное влияние оказывают используемые методы продажи товаров. Метод продажи — это совокупность операций, направленных на рациональную организацию продажи товаров в торговом предприятии. В розничной торговле применяются следующие методы реализации товаров: через прилавок, с открытой выкладкой товаров, по образцам, самообслуживание покупателей. Диапазон действия методов продажи — от полного обслуживания покупателей торговым персоналом до полного самообслуживания покупателей, что позволяет спланировать покупательские потоки, увеличить пропускную способность, обеспечить удобства по выбору товара и создать комфортную обстановку в торговой зоне. Реализация вне предприятий розничной торговли включает продажу товаров дистанционным способом, через торговые автоматы и другие интерактивные формы продажи.

Наличие потребной и устойчивой номенклатуры товаров, отвечающей запросам покупателей. Главное намерение покупателей при посещении магазина — удовлетворение спроса на товары с учетом покупательной способности. Обеспечение потребной и устойчивой номенклатуры товаров, отражающей запросы покупателей, считается фактором, которому отводится первостепенное значение в торговом обслуживании. Показателями целенаправленного образования номенклатуры товаров являются коэффициент устойчивого состояния ассортимента, рост объема продаж товаров и прибыли.

Применение современных технологий продажи товаров, обеспечивающих должный уровень обслуживания покупателей. Важную роль в торговом обслуживании покупателей играет технология продажи товаров, отвечающая современным требованиям. Организуя технологический процесс, необходимо прежде всего ориентироваться на психологию, поведение покупателя и на этой основе осуществлять техническую и технологическую политику, направленную на повышение уровня обслуживания покупателей.

Четкое соблюдение принципов, приемов и правил торговли, обусловленных новыми условиями работы. Защита прав потребителей получила свое отражение в нормативных актах, правилах продажи товаров и осуществления торговой деятельности. Соблюдение регламентирующих требований — необходимое условие обслуживания покупателей. Иначе говоря, правила и требования торговли рассматриваются как стандарт торгового обслуживания. Недооценка принципов торговли и нормативных актов ведет к снижению имиджа и конкурентных позиций торгового предприятия.

Предоставление торговых и сервисных услуг, направленных на интересы покупателей. Услуги, сопровождающие процесс покупки товаров и послепродажный сервис, являются важным показателем обслуживания покупателей.

Услуги розничной торговли включают:

оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании или применении;

информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;

дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

К предпочтительным услугам относятся прием предварительных заказов на товары, дегустация отдельных продовольственных продуктов, консультации специалистов, доставка приобретенных покупок на дом и др.

Услуги торговли должны отвечать требованиям: социального назначения, функциональной пригодности, информативности, эргономичности, безопасности, эстетичности, культуры обслуживания. Оценку и контроль качества исполнения услуг торговли осуществляют с помощью экспертного и социологического методов.

Профессиональная и социально-психологическая подготовка персонала, осуществляющего деловое общение с покупателями. Практически все покупки товаров осуществляются при взаимодействии покупателей с персоналом торгового предприятия.

Общение покупателей с продавцами, контролерами-кассирами, товароведом, администраторами происходит в процессе выбора товаров, консультаций по возникшим вопросам, расчетов и упаковки покупок, предоставления дополнительных услуг и т.п. Профессионализм персонала, его умение владеть обстановкой и собой, внимательное и доброжелательное отношение к покупателям являются важными предпосылками создания благоприятного климата в процессе торгового обслуживания.

Широкое использование внутриагидинной информации и рекламы. Благодаря средствам информации и рекламе повышается информированность покупателей во время пребывания в магазине, что способствует привлечению покупателей, активизации продажи товаров и в какой-то мере экономии времени на покупки, а также рационализации процесса обслуживания покупателей. К внутренней информации розничного торгового предприятия относятся: витринная реклама, схемы размещения торговых отделов (секций), указатели групп товаров, видов услуг, информация о правилах торговли, ценники на товары и др. Использование перечисленных средств информации позволяет покупателям лучше ориентироваться в многообразной обстановке торговой зоны и предлагаемых к продаже товарах.

Каждый элемент, составляющий торговое обслуживание, имеет количественные показатели, что позволяет проанализировать и дать количественную оценку как отдельных элементов, так и в целом уровня обслуживания покупателей в розничном торговом предприятии. Такой анализ целесообразно проводить один раз в квартал. Полученные результаты используются для поиска резервов в улучшении торгового обслуживания покупателей.

Как уже отмечалось, одним из признаков устойчивого положения торгового предприятия является качество торгового обслуживания покупателей. Мировой опыт свидетельствует, что синтез комфорта в торговле и высокий уровень обслуживания покупателей способствуют эффективному функционированию рынка товаров, компаний и фирм. И это явление закономерное, рынок диктует свои правила: достойная культура обслуживания — искусство продажи — постоянный покупатель — реальная прибыль.

Предлагая широкий ассортимент товаров, продавец обслуживает каждого покупателя индивидуально. Функции продавцов, стимулирующие к покупке товара, охватывают ряд последовательно выполняемых операций.

Установление контакта с покупателем: продавец не должен заставлять посетителя ждать, его необходимо вежливо приветствовать и приступить к диалогу, связанному с намерениями покупателя.

Выявление желания покупателя: если у покупателя имеется определенный настрой на покупку, то нужно помочь ее совершить, если у покупателя неясное представление о покупке, которую он хотел бы приобрести, то продавцу следует дать исчерпывающую консультацию о товаре.

Аргументация в пользу покупки товара: необходимо подчеркнуть преимущественные признаки товара: для продовольственных товаров — составляющие компоненты, пищевая ценность, экологичность, срок годности, цена; для непродовольственных — технические характеристики, параметры, надежность, цена, изготовитель, послепродажный сервис.

Аргументация, относящаяся к покупателю: включает спрос, предрасположенность к товару, покупательские возможности.

Принятие решения о совершении покупки: общение и переговоры продавца с покупателем должны устранить препятствующие моменты и расположить покупателя к принятию решения о покупке товара.

Совершение покупки: на завершающей стадии осуществляются расчеты с покупателем и выдача приобретенной покупки. При продаже товара с гарантийным сроком службы делается соответствующая отметка в паспорте, прилагаемому к изделию.

Тема 6. Организация труда на предприятиях розничной торговли

Цель: Ознакомление с организацией труда на предприятиях розничной торговли

Краткое изложение лекционного материала

Труд торговых работников является необходимой составной частью совокупного общественного труда, но он имеет свои особенности, обусловленные специфическими функциями торговли.

1. В торговле имеют место затраты труда, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения. В процессе движения товаров от производства к потреблению совершается целый ряд дополняющих процесс производства операций: доработка, упаковка, фасовка, сортировка, хранение, подготовка к продаже и т.п. Многие из этих операций не являются функциями сферы обращения, они носят чисто производственный характер. Эти затраты труда приводят к увеличению стоимости и цены товара, тем самым торговля принимает участие в создании национального дохода. Роль этих операций в розничной торговле даже имеет тенденцию к возрастанию (производство в магазинах мороженого, кулинарной продукции, выпечки и т.п.).

2. В торговле отмечаются затраты труда, связанные с реализацией товаров, т.е. со сменой формы стоимости из товарной в денежную. Эти затраты труда непроизводительного характера не изменяют стоимости, но они общественно необходимы и являются составной частью всего общественного труда (продажа товаров, реклама, изучение спроса, дополнительное обслуживание и т.п.).

Большая часть труда в торговле — это затраты производственного характера, что объясняется главным образом нерациональным разделением труда между производством и обращением. Доля этого труда в перспективе должна снижаться по мере углубления общественного разделения труда.

Меньшая часть труда в торговле связана со сменой формы стоимости, затраты его возмещаются за счет прибавочного продукта. Учитывая, что важнейшей функцией торговли является обслуживание населения, эта часть труда должна занять преобладающее место в организации труда работников розничной торговли.

Организация труда в торговле — это совокупность организационных, технических и экономических мероприятий, направленных на целесообразное и эффективное использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов при продаже товаров и обслуживании покупателей.

На характер труда работников розничной торговли влияет ряд специфических факторов.

1. Колебания интенсивности покупательских потоков.
2. Неравномерность поставки товаров в магазины наблюдается по часам дня, по дням недели и декадам.
3. Формы материальной ответственности во многом ограничивают степень кооперирования и разделения труда в магазинах и режимы работы.
4. Затраты труда в торговле носят двойственный характер: затраты труда продавца и покупателей.
5. Измельченность розничной торговой сети
6. Специфика труда работников розничной торговли заключается и в том, что здесь крайне высокое нервно-психологическое напряжение, связанное с обслуживанием различных по психологии, интеллекту, образованию категорий покупателей.
7. Особенность труда в розничной торговле — это высокий удельный вес женщин и молодежи, которым необходимо создавать условия для ведения домашнего хозяйства, воспитания детей, учебы и т.д.

Научная организация труда и ее основные направления

Под научной организацией труда понимается непрерывный процесс совершенствования существующей организации труда с использованием достижений науки и пе-

редового опыта, обеспечивающего наиболее эффективное использование материальных и трудовых ресурсов в торговле и высокую культуру обслуживания.

Внедрение НОТ в торговле направлено на решение экономических, психофизиологических и социальных задач.

Экономические задачи:

экономия живого труда;

рациональное использование трудовых и финансовых ресурсов;

повышение производительности труда, рентабельности.

Психофизиологические задачи:

устранение тяжелого и вредного труда;

улучшение условий труда;

повышение работоспособности.

Социальные задачи:

повышение образовательного уровня и деловой квалификации;

развитие творческой активности;

повышение степени привлекательности труда.

Научная организация труда опирается на законы, принципы и правила организации, которые являются основными положениями для специалистов, разрабатывающих направления и планы организации труда на предприятиях торговли.

Основными из них являются:

принцип научности — важнейшее требование НОТ. Он проявляется через системность и комплексность рассмотрения и решения вопросов организации труда;

принцип экономичности заключается в выборе более эффективного и менее затратного варианта решения того или иного вопроса организации труда;

гуманизация труда представляет собой учет человеческого фактора при организации труда, т.е. создание на торговых предприятиях условий, которые бы полнее учитывали психофизиологические и социальные потребности работников;

плановость предполагает тщательную проработку планов мероприятий по НОТ;

принцип непрерывности предусматривает такую организацию трудового процесса, при котором каждое последующее трудовое действие является продолжением предыдущего;

параллельность предусматривает наиболее рациональное соединение людей и техники, т.е. совместную работу человека и машины;

нормативность, т.е. разработка нормативов, по которым определяется объем выполняемых работ, численность работников и т.п.;

персональная ответственность за выполнение той или иной работы или задания;

материальная и моральная заинтересованность работников в результатах труда.

Таким образом, основные принципы научной организации

труда направлены на повышение производительности и улучшения условий труда работников торговли.

Задачи, которые решает НОТ, позволяют определить важнейшие направления по ее внедрению:

разделение и кооперирование труда;

улучшение организации и обслуживания рабочих мест;

изучение и распространение передовых приемов и методов труда;

подготовку и повышение квалификации кадров;

совершенствование нормирования труда;

улучшение условий труда;

укрепление трудовой дисциплины.

Тема 7. Проектирование предприятий торговли

Цель: Ознакомление с методами проектирования предприятий торговли

Краткое изложение лекционного материала

Разработку строительных проектов предприятий торговли осуществляют на договорной основе проектные институты. Они выполняют проекты магазинов, оптовых баз, складов, холодильников и т. д. Все части проекта разрабатываются комплексно. Проектирование предприятий осуществляется поэтапно. На первом этапе выполняются предпроектные работы, которые предусматривают разработку технико-экономического обоснования или технико-экономического расчета, а также заключение договора на проектирование. На втором этапе осуществляются проектные работы, включающие изыскания (экономические и технические), а также поэтапную разработку проекта. Третий этап предусматривает экспертизу и утверждение проекта.

Разработка технико-экономического обоснования проектирования и строительства крупных оптовых баз и других объектов осуществляется в соответствии с «Указаниями о порядке разработки и утверждения технико-экономических обоснований строительства по крупным и сложным предприятиям и сооружениям».

Технико-экономическое обоснование включает следующие разделы:

исходные данные и положения (ссылка на документы, являющиеся основанием для разработки технико-экономических обоснований; данные о техническом состоянии реконструируемого или расширяемого объекта, анализ и оценка его деятельности);

мощность, номенклатура продукции, специализация и кооперирование предприятия;

обеспечение предприятия сырьем, материалами и полуфабрикатами, энергией, топливом, водой и трудовыми ресурсами;

основные технологические решения, состав предприятия, организация производства и управления;

выбор района, пункта, площадки для строительства и их характеристика;

основные строительные, объемно-планировочные и конструктивные решения и их основные параметры;

организация строительства;

охрана окружающей среды;

расчетная стоимость строительства;

основные технико-экономические показатели строительства и производства (эффективность капитальных вложений, удельные капитальные вложения);

выводы и предложения;

приложения (схема генерального плана, сводный расчет стоимости строительства и т. д.).

Технико-экономические обоснования разрабатывают застройщики с привлечением проектных или научно-исследовательских учреждений. Разработка их осуществляется за счет средств, выделяемых на проектно-изыскательские работы.

По объектам, не относящимся к крупным, составляются технико-экономические расчеты. Они составляются исходя из схем развития и размещения предприятий соответствующей отрасли в административном районе. В них предусматриваются типизация, специализация, реконструкция и новое строительство предприятий отрасли, а также этапы и сроки ввода в действие объектов.

Взаимоотношения между заказчиком и проектной организацией регулируются с помощью договора (контракта) на проектирование.

Заказчик совместно с проектной организацией определяет в договоре стадийность проектирования, состав и содержание проектной документации, сроки ее разработки.

При разработке проектной документации обязательно должны соблюдаться требования действующих государственных (российских) норм, СНиП и стандартов в области строительства и градостроительства, норм и требований органов госнадзора.

В договоре на проектирование должно быть указано следующее:

наименование предприятия, здания или сооружения;

вид строительства (новое, реконструкция или расширение);
район, пункт, площадка для строительства;
номенклатура продукции, мощность предприятия;
тип зданий (этажность, количество секций и т. д.), возможность применения типовых или других видов проектов;
требования к архитектурно-планировочному решению;
требования по защите окружающей среды и утилизации отходов производства;
необходимость разработки автоматизированных систем управления технологическими процессами и предприятием;
намечаемые сроки строительства, порядок его осуществления и ввода мощностей.

Заказчик должен выдать проектной организации вместе с договором акт о выборе площадки для строительства с материалами согласования места расположения предприятия, а также строительный паспорт участка, технические условия на присоединение проектируемого предприятия к источникам снабжения, инженерным сетям и коммуникациям, сведения о застройке, подземных коммуникациях и сооружениях.

В зависимости от сложности объекта его проектирование может осуществляться в одну или две стадии, что оговаривается в договоре на проектирование.

Одностадийное проектирование предусматривает разработку технорабочего проекта, который представляет собой технический проект, совмещенный с рабочими чертежами.

При двухстадийном проектировании сначала разрабатывается технический проект, а затем — рабочие чертежи.

Технический проект включает:

1. Общую пояснительную записку.
2. Техничко-экономическую часть.
3. Генеральный план, транспорт и восстановление нарушенных земель.
4. Технологию производства, обеспечение энергоресурсами и защиту окружающей среды.
5. Организацию труда и систем управления предприятием.
6. Строительную часть.
7. Организацию строительства.
8. Организацию подготовки к освоению проектных мощностей и освоение проектных мощностей в нормативные сроки.
9. Сметную часть.

Тема 8. Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли

Цель: Ознакомление с организацией капитального строительства и ремонта предприятий торговли

Краткое изложение лекционного материала

Одним из направлений развития и совершенствования материально-технической базы торговли является *реконструкция предприятий торговли*, которая связана со значительными затратами капитальных вложений. Путем реконструкции можно в сравнительно короткие сроки осуществить совершенствование действующих предприятий и создать базу для их технического перевооружения.

На реконструкцию торгового предприятия должна быть разработана проектно-сметная документация.

Реконструкции подвергают предприятия торговли в том случае, если есть необходимость повышения технического уровня предприятия, внедрения современной технологии, улучшения условий труда работников магазина или оптовой базы. Ее проведение должно способствовать повышению культуры торгового обслуживания населения, более эффективному использованию торговых и складских площадей.

Для того, чтобы обеспечить нормальное функционирование предприятий торговли в течение длительного времени, необходимо своевременно проводить мероприятия по частичному восстановлению и поддержанию зданий и сооружений в работоспособном состоянии. С этой целью проводится планово-предупредительный ремонт зданий и сооружений, который представляет собой совокупность организационно-технических мероприятий по надзору, уходу и ремонту, осуществляемых в плановом порядке.

Надзор за сохранностью зданий и сооружений осуществляется специальной службой организации или предприятия (отделом капитального строительства, отделом эксплуатации и ремонта и т. д.).

Уход за зданиями и сооружениями предусматривает содержание в исправном состоянии кровли, внутренних сетей водоснабжения, канализации и теплоснабжения, а также осуществление других мер, направленных на обеспечение сохранности зданий и сооружений в период их эксплуатации.

При помощи ремонта зданий и сооружений поддерживаются или восстанавливаются их первоначальные эксплуатационные качества. Он может быть текущим или капитальным.

Текущий ремонт предусматривает своевременное проведение профилактических мероприятий и устранение мелких повреждений и неисправностей. Работы по текущему ремонту производственных зданий и сооружений проводятся за счет эксплуатационных расходов организации или предприятия.

Капитальный ремонт включает работы, в процессе которых изношенные конструкции и детали зданий и сооружений заменяют новыми. Одновременно можно проводить работы по перепланировке помещений, замене системы отопления, устройству лифтов, улучшению бытовых условий.

В зависимости от капитальности зданий и условий их эксплуатации капитальный ремонт может проводиться с периодичностью от 5 до 20 лет.

Работы по капитальному ремонту зданий и сооружений должны проводиться в плановом порядке.

Если капитальный ремонт связан с заменой некоторых конструкций зданий или сооружений, то такие работы должны осуществляться только на основе проектно-сметной документации, состоящей из краткой пояснительной записки, рабочих чертежей и сметной документации.

Предельный срок продолжительности капитального ремонта здания или сооружения зависит от сметной стоимости работ и может составлять от одного месяца до одного года.

Капитальный ремонт предприятий торговли может осуществляться подрядным или хозяйственным способом.

Тема 9. Бизнес-процессы торгового предприятия

Цель: Ознакомление с бизнес-процессами торгового предприятия

Краткое изложение лекционного материала

Бизнес-процесс (БП) в торговой организации – упорядоченная последовательность действий, направленная на достижение определенной цели в рамках общей миссии торговой организации – реализации товаров, базирующаяся на определенных ресурсах, организованная в соответствующем порядке, заканчивающаяся значимым для клиента, другого бизнес-процесса или организации результатом, способная изменяться в зависимости от факторов рыночной конъюнктуры.

В последнее время наиболее эффективным подходом к управлению организациями розничной торговли является процессный подход, когда каждая структурная единица торговой организации обеспечивает выполнение конкретных бизнес-процессов и несет ответственность за их результаты.

Для торговой организации выделяются следующие бизнес-процессы верхнего уровня:

Основные: Закупка, Доставка, Хранение, Продажа.

Обеспечивающие: Административно-хозяйственное обеспечение, юридическое обеспечение, бухгалтерский учет, обеспечение персоналом.

Управленческие: Стратегическое управление, управление финансами, управление маркетингом.

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

- поиск поставщиков и товаров;
- определение потребности в товаре;
- 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.

Тема 10. Эффективность автоматизации бизнес-процессов торгового предприятия

Цель: Ознакомление с методами оценки эффективности автоматизации бизнес-процессов торгового предприятия

Краткое изложение лекционного материала

Одна из основных причин, почему проекты по автоматизации внутренних бизнес-процессов часто проходят с большим скрипом или вообще не поддерживаются топ-менеджментом и акционерами, – это сложность расчета метрик (то есть числовых, а не качественных показателей), характеризующих экономический эффект от автоматизации. Все потому, что внутренние бизнес-процессы, к которым можно отнести, в том числе, бюджетирование, управленческий учет и контроль, подготовку отчетности по международным стандартам, не оказывают непосредственного влияния на финансовый результат. Для сравнения, влияние на финансовый результат автоматизации бизнес-процессов, ориентированных на клиентов, более очевидно. Например, внедрение CRM позволяет увеличить число клиентов, что может быть достаточно легко пересчитано в прямой доход.

Но сложность измерения эффекта не тождественна его отсутствию. В принципе, никто из руководителей и не отрицает в целом положительный эффект от автоматизации внутренних бизнес-процессов. Вызывает сомнение, прежде всего, значимость этого эффекта, его сопоставимость со стоимостью проекта, а точнее, с TCO (Total Cost of Ownership – стоимостью владения).

Про систему сбалансированных показателей, описанных Нортонем, Капланом и иже с ними, много сказано и много говорится. Но я, тем не менее, осмелюсь высказать свое мнение. С моей точки зрения, эта система – не нечто абстрактно-теоретическое, а лишь формализация и структурирование того, что существует в самой природе любого коммерческого предприятия. Опираясь на труды финансово-экономических гуру и накопленный положительный опыт, подтверждающий теоретические выкладки, можно с достаточно высокой достоверностью утверждать следующее:

Справедливые затраты на автоматизацию, позволившие достичь корректно поставленных целей в части внутренних бизнес-процессов, безусловно, окажут положительное влияние на финансовый результат в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Многие строят ИТ-стратегию своих предприятий, исходя именно из этих предпосылок. Нормируя затраты, например, в процентах от объема собственных средств, они регулярно наращивают ИТ-активы. При таком подходе нужно лишь расставлять приоритеты, контролировать качество и сроки внедрений. И это, возможно, одна из наиболее правильных ИТ-стратегий. Так, на сайте IT-value.ru приведены данные исследований Эрика Бринйолфссона, подтверждающие корреляцию прироста объема ИТ-активов и объемов деятельности (выручки) компаний, хотя и с временным лагом.

На этом можно было бы и закончить рассуждения о метриках и предложить считать эффективность внедрения систем автоматизации внутренних бизнес-процессов через достижение качественных целей. Но, боюсь, вышеуказанный подход несущественно увеличил число желающих отказаться от измерения экономического эффекта в денежном эквиваленте. Итак, нам все-таки нужно как-то решить задачу, обратную основной из философских закономерностей (переход количества в качество), и перевести качество в количество.

Несмотря ни на что, статистика – наука точная, хотя и основанная на определенных допущениях. В процессе размышлений о подходах к оценке экономической эффективности проектов по внедрению ИТ-решений, метод экспертных оценок может стать тем самым инструментом, с помощью которого эту задачу можно решить. Этот вполне научный метод эмпирического класса (то есть основанный на опытах, наблюдениях, измерениях, опросах и т.п.) используется для формирования необходимой статистической массы.

2. Методические рекомендации к практическим занятиям

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, составление схем, таблиц, работу со словарями, учебными пособиями, первоисточниками, написание эссе, подготовку докладов, решение задач и проблемных ситуаций.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения, определять и аргументировать собственную позицию. Основой этого вида занятий является изучение первоисточников, повторение теоретического материала, решение проблемно-поисковых вопросов. В процессе подготовки к практическим занятиям студент учится:

- 1) самостоятельно работать с научной, учебной литературой, научными изданиями, справочниками;
- 2) находить, отбирать и обобщать, анализировать информацию;
- 3) выступать перед аудиторией;
- 4) рационально усваивать категориальный аппарат.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

- 1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;
- 2) конспектирование обязательной литературы; работа с первоисточниками (является основой для обмена мнениями, выявления непонятого);

3) выступления с докладами (работа над эссе и домашними заданиями и их защита);

4) подготовка к опросам и контрольным работам и экзамену.

Собранные сведения, источники по определенной теме могут служить основой для выступления с докладом на занятиях по дисциплине «Экономическая теория».

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы одноклассникам, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Для того чтобы проверить, правильно ли определены ориентиры работы над докладом, студент должен ответить на следующие вопросы:

тема → как это назвать?

проблема → что надо изучить из того, что ранее не было изучено?

актуальность → почему данную проблему нужно в настоящее время изучать?

объект исследования → что рассматривается?

предмет исследования → как рассматривается объект, какие новые отношения, свойства, аспекты, функции раскрывает данное исследование?

цель → какой результат, работающий над темой, намерен получить, каким он его видит?

задачи → что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?

гипотеза и защищаемые положения → что не очевидно в объекте, что докладчик видит в нем такого, чего не замечают другие?

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);

составление библиографии;

обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;

разработка плана доклада;

написание;

публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

1) формулировка темы выступления;

2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

При подготовке к сообщению (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.

Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен, дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.

Рекомендуемое время для выступления с сообщением на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Тема 1. Введение

Цель: Ознакомление с общими понятиями автоматизации бизнес-процессов

Вопросы для обсуждения:

Понятие, функции, роль торговли. Необходимость выполнения технологических операций на предприятиях розничной торговли всех форм собственности. Специфика торгово-технологического и складского технологического процесса. Структура и специфика курса, его цели и задачи

Тема 2. Понятие и содержание технологического процесса предприятия

Цель: Ознакомление с содержанием технологического процесса предприятия

Вопросы для обсуждения:

Понятие «предприятие (коммерческое)» его функции, задачи. Технология, технологический процесс – понятие, содержание, значение организации и основные элементы - живой труд, средства и предметы труда.

Зависимость от увеличения объемов товаров, поступающих в каналы обращения и требующих их соответствующей обработки.

Этапы технологических процессов в магазине. Необходимость строго соблюдать их последовательность.

Основные принципы организации торгово-технологического процесса.

Новые подходы к познанию закономерностей и проектированию торговых процессов.

Научно - технический прогресс, основные направления в торговле. Внедрение достижений научно - технического прогресса в организацию технологического процессов предприятий.

Тема 3 Розничная сеть по торговле потребительскими товарами

Цель: Ознакомление с понятием розничной сети по торговле потребительскими товарами

Вопросы для обсуждения:

Понятие розничной торговой сети, как важной составной части материально - технической базы торговли. Состояние и размещение розничной торговой сети, связь с уровнем обслуживания покупателей.

Уровень развития состояние розничной торговой сети. Обеспеченность населения торговой площадью. Развитие конкурентных отношений в розничной торговле, уровень обслуживания покупателей.

Виды торговой сети. Специализация и типизация магазинов, значение в рациональном построении и размещении розничной торговой сети. Связь с сокращением затрат времени покупателей, с экономическими показателями деятельности предприятий торговли. Современные форматы магазинов.

Роль и значение крупных универсальных магазинов, торговых центров. Подходы к размещению магазинов, факторы, влияющие на этот процесс. Показатели качества розничной сети.

Тема 4. Организация технологических процессов в магазине

Цель: Ознакомление с организацией технологических процессов в магазине

Вопросы для обсуждения:

Технологический процесс, обработка товарных потоков, операции с товаром от поступления в магазин до выкладки в торговом зале.

Торговый процесс и обслуживание покупателей. Связь торгово-технологического процесса с уровнем развития производства потребительских товаров, состоянием торговли и её материально-технической базы, степенью квалификации работников торговли, ростом благосостояния и культурного уровня населения.

Основные схемы технологического процесса: Выбор схемы в зависимости от готовности поступающих в магазин товаров, способа их доставки, объёма их поступления, применяемых методов продажи.

Связь технологического процесса с современным научно - техническим уровнем, экономией времени покупателей, обеспечением высокой производительности труда работников, сохранением потребительских свойств товаров, применением современных видов технологического оборудования.

Планировка магазина, состав его помещений и связь с технологическим процессом. Требования к планировке помещений магазина.

Состав торговых и неторговых площадей магазина. Основные схемы планировки торговых залов: линейная, боксовая, островная, выставочная и комбинированная. Связь планировки с методами продажи товаров.

Эффективность использования площади торгового зала: коэффициенты установочной и выставочной (экспозиционной) площади.

Организация технологического процесса:

- приёмка по количеству и качеству. нормативные акты, регламентирующие эти процессы;

- организация хранения товаров в магазине; специфика процесса хранения товаров в магазине, условия хранения различных товарных групп, контроль состояния товаров, соблюдение режима хранения, борьба с потерями (естественная убыль, активируемые потери);

- подготовка товаров к продаже, общие и специфические операции, устройство и оборудование помещений, предназначенных для подготовки товаров к продаже;.

- размещение товаров в торговом зале, требования, принципы выкладки товаров на оборудовании;

- организация продажи товаров, социальное, экономическое и правовое содержание этого процесса, факторы, влияющие на качество торгового обслуживания населения, показатели уровня культуры обслуживания покупателей.

Техническая оснащённость магазинов. Современные виды-оборудования и тенденции их развития. Мебель для торговых залов. Торговый инвентарь. Торговое холо-

дильное оборудование. Торговое измерительное оборудование. Контрольно-кассовое оборудование.

Тема 5. Организация розничной продажи и обслуживания покупателей

Цель: Ознакомление с организацией розничной продажи и обслуживания покупателей

Вопросы для обсуждения:

Розничная продажа товаров и обслуживание покупателей в магазине - основные элементы торгово-технологического процесса. Влияние на эффективность работы торгового предприятия. Зависимость организации продажи товаров и обслуживания покупателей от размещения магазинов, особенности планировки и размера торгового зала, контингента обслуживаемых покупателей, принадлежности магазина, ассортиментного профиля, технологического решения, формы расчёта покупателей за покупку, формы материальной ответственности и т.д.

Элементы процесса розничной продажи. Формы розничной продажи товаров: самообслуживание, по заказам, по образцам, с индивидуальным обслуживанием. Зарубежная практика форм розничной продажи товаров.

Связь форм розничной продажи и элементов торгово-технологического процесса. Специфика организации торгового процесса с учётом форм розничной продажи товаров. Преимущества и недостатки различных форм розничной продажи товаров.

Активные формы продажи товаров: организация сезонной продажи товаров, сезонная уценка товаров, выставки - продажи, расширенные продажи, ярмарки, аукционы, комиссионная торговля.

Дополнительные услуги при обслуживании покупателей. Оценка эффективности форм розничной продажи товаров.

Тема 6. Организация труда на предприятиях розничной торговли

Цель: Ознакомление с организацией труда на предприятиях розничной торговли

Вопросы для обсуждения:

Характеристика и особенности труда в магазине. В торговле продолжается процесс производства (транспортирование, фасовка, упаковка), и происходит обслуживание процесса купли - продажи.

Основные направления организации труда в магазине. Формы разделения и кооперации труда. Организация и обслуживание рабочих мест. Рационализация приёмов и методов труда отдельных категорий работников. Расширение сферы нормирования труда. Создание необходимых условий труда.

Методы исследования трудовых процессов: фотография, хронометраж, моментные наблюдения. Выбор метода зависит от повторяемости, массовости и сложности изучаемых операций торгово-технологического процесса в розничной торговле.

Производительность и эффективность труда работников розничной торговли. Факторы, оказывающие влияние на уровень эффективности труда.

Организация материальной ответственности. Формы материальной ответственности.

Тема 7. Проектирование предприятий торговли

Цель: Ознакомление с методами проектирования предприятий торговли

Вопросы для обсуждения:

Проектирование торговых предприятий: разработка комплекса технической и конструкторской документации, содержащей технико-экономическое обоснование, расчёты, чертежи, схемы пояснительные записки и др. необходимые для строительства или реконструкции предприятий, зданий, сооружений. Требования к проектированию. Нормы проектирования, порядок разработки и согласования проектов магазинов и складов.

Характерные особенности проектирования предприятий розничной торговли. Требования при проектировании складских предприятий.

Технико-экономические расчёты при проектировании предприятий, базовые показатели для магазина и для склада.

Необходимость предусмотреть при проектировании предприятий торговли потребность в оборудовании для механизации трудовых операций. Основными показателями, определяющими потребность в оборудовании, являются объем грузооборота и его структура, технические характеристики оборудования, стоимостные показатели.

Тема 8. Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли

Цель: Ознакомление с организацией капитального строительства и ремонта предприятий торговли

Вопросы для обсуждения:

Строительство предприятий оптовой и розничной торговли ведется хозяйственным и подрядным способами. При хозяйственном способе строительство ведется силами и средствами самих застройщиков (организаций или предприятий). Этот способ наиболее часто применяется при реконструкции действующих предприятий, выполнении ремонтных работ, а также при возведении небольших объектов. С этой целью хозяйственные организации и предприятия создают строительные участки или бригады, обеспечивают их строительной техникой, закупают строительные материалы.

Основная доля строительно-монтажных работ осуществляется по договору строительного подряда. В соответствии с ним подрядчик обязуется в установленный договором срок построить по заданию заказчика определенный объект либо выполнить иные строительные работы, а заказчик обязуется создать подрядчику необходимые условия для выполнения работ, принять их результат и уплатить обусловленную цену.

Тема 9. Бизнес-процессы торгового предприятия

Цель: Ознакомление с бизнес-процессами торгового предприятия

Вопросы для обсуждения:

Модель бизнес-процессов верхнего уровня. Модель бизнес-процесса «Закупки». Определение потребностей в товарах. Выбор поставщиков. Обработка заказов. Выполнение обязательств по оплате. Контроль выполнения условий договора. Поступление товаров. Контроль счетов. Модель бизнес-процесса «Складские операции». Прием товара на склад. Отгрузка товара со склада. Модель бизнес-процесса «Продажи». Поиск клиентов. Отправка коммерческих предложений. Заключение или продление договора с клиентом. Обработка заказа. Выставление счета-фактуры клиенту. Выполнение обязательств по договору. Контроль выполнения условий договора. Контроль счетов. Модель бизнес-процессов и процедур; организационную структуру предприятия; перечень документов, используемых при выполнении бизнес-процессов предприятия; перечень функций будущей информационной системы. Перечень бизнес-процессов предприятия, которые подлежат автоматизации; перечень документов и отчетов, которые должны быть получены при помощи информационной системы; перечень всех функций информационной системы; перечень планируемых рабочих мест. Реализация основных бизнес-процессов в системе 1С: Управление торговлей.

Тема 10. Эффективность автоматизации бизнес-процессов торгового предприятия

Цель: Ознакомление с методами оценки эффективности автоматизации бизнес-процессов торгового предприятия

Вопросы для обсуждения:

Бизнес-цели внедрения информационных систем. Влияние автоматизации на деятельность торговой компании. Результаты внедрения информационных систем.

Показатели, характеризующие эффективность автоматизации бизнес-процессов торгового предприятия: функциональность и адекватность составных компонентов системы, которые вкуче должны полностью удовлетворять потребностям заказчика; оперативность обработки и анализа информации; открытость, т.е. способность изменяться и корректироваться с течением времени и в соответствии с развивающимися потребностями

ми заказчика и его бизнеса; гибкость, т.е. способность подстраиваться под специфику бизнеса и его внутренние особенности; надёжность и безопасность.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Автоматизация

а) основная литература:

1. Тельнов Ю.Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению «Прикладная информатика»/ Тельнов Ю.Ф., Фёдоров И.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 207 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34456>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Радионова О.В. Пошаговый самоучитель работы в программе 1С: Управление торговлей 8.3 (ред. 11.1) [Электронный ресурс]/ Радионова О.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 379 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44442>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

б) дополнительная литература:

1. Кастанова А.А. Реинжиниринг бизнес-процессов [Электронный ресурс]: методические указания к лабораторным работам/ Кастанова А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский новый университет, 2014.— 32 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21308>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Силич В.А. Моделирование и анализ бизнес-процессов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Силич В.А., Силич М.П.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2011.— 212 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13890>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Журналы:

Информационные технологии и вычислительные системы

Менеджмент в России и за рубежом

Прикладная информатика/Journal of Applied Informatics

Проблемы теории и практики управления

3. Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы

Для успешного усвоения материала обучающийся должен кроме аудиторной работы заниматься самостоятельно. Самостоятельная работа является активной учебной деятельностью, направленной на качественное решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития. Самостоятельная работа обучающихся выполняется без непосредственного участия преподавателя, но по его заданию и в специально отведённое для этого время. Условиям эффективности самостоятельной работы обучающихся является ее систематическое выполнение.

Целью самостоятельной работы по учебной дисциплине «Автоматизация бизнес-процессов торгового предприятия» является закрепление полученных теоретических и практических знаний по дисциплине, выработка навыков самостоятельной работы и умения применять полученные знания. Самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний и умений, комплекса профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала. Самостоятельная работа заключается в проработке тем лекционного материала, поиске и анализе литературы из учебников, учебно-методических пособий и электронных источников информации по заданной проблеме, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к лабораторным работам, выполнению творческих индивидуальных работ.

Виды самостоятельной работы при изучении учебной дисциплины «Автоматизация бизнес-процессов торгового предприятия»:

Самостоятельное изучение тем дисциплины.

Подготовка докладов

Методические рекомендации к устному опросу

Устный опрос — метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Устный опрос позволяет поддерживать контакт с обучающимися, корректировать их мысли; развивает устную речь (монологическую, диалогическую); развивает навыки выступления перед аудиторией.

Принято выделять два вида устного опроса:

- фронтальный (охватывает сразу несколько обучающихся);
- индивидуальный (позволяет сконцентрировать внимание на одном обучающемся).

Самостоятельное изучение темы

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение обучающимися учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы обучающимся необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого следует внимательно ознакомиться с содержанием источника информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые обучающийся должен давать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимый аспект исследуемой темы.

Дополнительную литературу следует изучать комплексно и всесторонне на базе освоенных основных источников.

Обязательный элемент самостоятельной работы обучающихся со специальной литературой – ведение необходимых записей. Общепринятыми формами записей являются опорный конспект, презентация

Методические рекомендации по составлению планов - конспектов

Основные требования

План – конспект (опорный конспект) призван выделить главные объекты изучения, дать им краткую характеристику, используя символы, отразить связь с другими элементами. Основная цель опорного конспекта – графически представить осмысленный и структурированный информационный массив по заданной теме (проблема). В его составлении используются различные базовые понятия, термины, знаки (символы) — опорные сигналы.

Опорный конспект представляет собой систему взаимосвязанных геометрических фигур, содержащих блоки концентрированной информации в виде ступенек логической лестницы; рисунка с дополнительными элементами и др.

Для создания опорного конспекта необходимо: изучить информацию по теме, выбрать главные и второстепенные элементы; установить логическую связь между выбранными элементами; представить характеристику элементов в очень краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу.

Критерии оценивания:

Результатом оценивания является отметка «зачтено». Работа оценивается по следующим критериям:

- 1) соответствие содержания теме;
- 2) корректная структурированность информации;
- 3) наличие логической связи изложенной информации;
- 4) аккуратность и грамотность изложения;

5) соответствие оформления требованиям;

6) работа сдана в срок.

Работа считается засчитанной, если она отвечает требованиям более половины критериев.

Методические рекомендации по составлению информационных сообщений (докладов)

Информационное сообщение (доклад) – есть результат процессов преобразования формы и содержания документов с целью их изучения, извлечения необходимых сведений, а также их оценки, сопоставления, обобщения и представления в устной форме (защиты)

Требования к оформлению

Объем информационных сообщений (докладов) – до 5 полных страниц текста, набранного в текстовом редакторе Word, шрифтом – TimesNewRoman, 14 шрифтом с одинарным межстрочным интервалом, параметры страницы – поля со всех сторон по 20 мм.

Ссылки на литературу концевые, 10 шрифтом. В названии следует использовать заглавные буквы, полужирный шрифт, при этом не следует использовать переносы; выравнивание осуществлять по центру страницы. Данные об авторе указываются 14 шрифтом (курсивом) в правом верхнем углу листа.

Методические рекомендации по подготовке и участию в семинарском занятии

Семинары (от лат. *seminarium* – рассадник) являются продолжением лекционных форм обучения и служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также выработке навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность проверить, уточнить, систематизировать знания, овладеть терминологией и свободно ею оперировать, научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки, анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

На семинаре основную роль играет функция обобщения и систематизации знаний. Семинар требует от обучающихся довольно высокого уровня самостоятельности – умения работать с несколькими источниками, сравнивать, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, делать собственные обобщения и выводы. Для повышения эффективности такой работы используются разнообразные формы семинаров, а также семинарско-практические занятия, которые содержат в себе еще и творческую составляющую, позволяющую обучающимся в разных формах формировать не только познавательный опыт, но практические навыки будущей профессиональной деятельности.

Однако для того, чтобы эффективно подготовиться к семинарскому занятию любого вида, необходимо помнить ряд правил-рекомендаций общего характера:

1. Семинар — это учебное занятие, организуемое в представления докладов

2. По форме проведения эти занятия могут быть организованы как беседа по заранее предложенным вопросам, подготовка докладов или рефератов - коллоквиум.

3. Каждому обучающемуся предоставляется возможность выступить с подготовленным сообщением, сделать дополнение или принять участие в анализе выступлений других участников семинара.

4. При подготовке сообщения следует учесть логику изложения, аргументированность доказательств, требование к лаконичности, продумать план сообщения.

5. Подготовка к занятию начинается с изучения литературы по теме семинара. Поиск информации является одной из важных компетентностей современного профессионала. Поэтому, помимо предложенных источников информации, обучающиеся при подготовке к семинару опираются и на те источники (статьи, монографии, интернет-ресурсы и проч.), которые нашли самостоятельно.

Во время проведения коллоквиума происходит обсуждение под руководством преподавателя широкого круга проблем.

В ходе группового обсуждения обучающиеся учатся высказывать свою точку зрения по определенному вопросу, защищать свое мнение, применяя знания полученные на занятиях по дисциплине и при подготовке к коллоквиуму.

Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся демонстрирует, на сколько глубоко и осознано он усвоил изученный материал.

На семинарском занятии от вас ждут не унылого и пресного воспроизведения чужого текста, а активности, выражения самостоятельно найденной позиции, конструктивного разрешения профессионально значимых проблем, сопоставления фактов и идей, оценочных суждений. Все это приблизит вас к реалиям своей профессиональной деятельности.

Рычкова Евгения Сергеевна,

доцент кафедры экономической безопасности и экспертизы АмГУ

Автоматизация бизнес-процессов торгового предприятия: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 29 с.

Усл. печ. л.