

## КЛАССИФИКАЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БИЗНЕС–ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

**Рудницкий Василий Степанович**, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой учета и аудита,  
Львовский институт банковского дела Университета банковского дела  
Национального банка Украины, [tsrud@bigmir.net](mailto:tsrud@bigmir.net)

**Рудницкая Елена Васильевна**, аспирант,  
Львовская коммерческая академия, [tsrud@bigmir.net](mailto:tsrud@bigmir.net)

**Аннотация:** в статье рассмотрены сущность бизнес–процесса как важного объекта бухгалтерского учёта, а также дана характеристика процесса торговли. Отдельным вопросом рассматривается классификация бизнес–процессов предприятия.

**Ключевые слова:** бизнес–процесс, модель, предприятие торговли, классификация, процесс, основные бизнес–процессы, вспомогательные бизнес–процессы.

С развитием рыночных отношений в Украине для более оптимального управления предприятиями в сфере торговли специалисты и ученые начали идентифицировать, исследовать и оптимизировать процессы организации, достигая тем самым большей эффективности на предприятиях торговли.

Термин "бизнес–процесс" определяется достаточно широко и разнообразно. Наибольшую известность получило определение, которое предоставлено по стандартам ИСО управления и обеспечения качеством: "Процесс – система работ, которая использует ресурсы и преобразует входы в выходы" [1].

В "Википедии" указано, что "бизнес–процесс – любая деятельность, имеющая входной продукт, прибавляет стоимость к нему, и обеспечивает исходный продукт для внутреннего или внешнего потребителя" [2].

По нашему мнению, под бизнес–процессами следует понимать совокупность операций, при выполнении которых используются ресурсы внешней и/или внутренней среды, создается продукт и предоставляется потребителю для удовлетворения его потребностей.

Обобщая современные теоретические и прикладные исследования, можно выделить основные характеристики процесса торговли:

- технология бизнес–процесса торговли – содержание и последовательность работ по его выполнению;
- начало и завершение процесса в виде определенных действий (операций);
- хозяин процесса торговли – лицо (часто работник предприятия), который несет ответственность за ход и результаты процесса (продавец, контролер–кассир, продавец–консультант);
- ресурсы процесса (в частности, материальные, трудовые и финансовые ресурсы);
- параметры процесса торговли – основные характеристики, позволяющие оценивать эффективность и результативность процесса (товарооборот, доход (выручка) от реализации товаров и др.);
- потребитель результата процесса торговли – совокупность входных объектов в виде товаров, информации, услуг, которые превращаются в продукты в ходе выполнения процесса;
- выходы процесса торговли – товар, услуга, информация, которая является результатом процесса и должно соответствовать установленным потребителем требованиям (например, продукция, соответствующая стандартам качества).

Важной предпосылкой моделирования и обоснования финансовых параметров бизнес – процессов предприятия является их классификация.

Можно выделить следующую классификацию бизнес–процессов торгового предприятия, которая представлена в таблице [3].

Таблица – Классификация бизнес–процессов предприятия

Классификационный признак	Виды процессов
Участие в создании ценности	–основные; –вспомогательные; –управленческие.
Уровень детализации	–процессы верхнего уровня; –подпроцессы; –операции.
Характер протекания во времени	–циклические; –периодические; –однократные.
Виды работ, составляющих процесс	– перечень процессов, определяется на предприятии в зависимости от особенностей его операционной деятельности и управления
Вид потребителя	– процессы для внешнего потребителя; – процессы для внутреннего потребителя.
Характер и потребитель ценности	–процессы, создающие ценность для клиента; – процессы, создающие ценность для предприятия; – процессы, создающие ценность для других стейкхолдеров; – процессы, не создающие особую ценность.
Выход процесса	–производственные; – торговые; – сервисные; – информационные.
Соответствие установленным параметрам	- типичные; - – отраслевые; - – индивидуальные; - – конкурентные (внутриотраслевые).
Уровень инновационности	– традиционные; – инновационные.

Одним из важнейших классификационных признаков бизнес –процессов является их разделение, в зависимости от участия в создании ценности. Выделяют основные, вспомогательные и управленческие решения. Основные бизнес –процессы участвуют в формировании добавленной стоимости, лежат на пути движения продукции (услуги) и соответствуют основным этапам его жизненного цикла: от создания до реализации.

Вспомогательные процессы напрямую не генерируют добавленной стоимости, а обеспечивают осуществление основных процессов. Довольно часто, они связаны с обеспечением документооборота, информационной поддержкой функционирования предприятия, охраной труда, сервисным обслуживанием оборудования и т.д.

Управленческие процессы также не берут непосредственного участия в создании добавленной стоимости, то есть прямо не связаны с основной деятельностью предприятия.

По уровню детализации выделяют процессы верхнего уровня, подпроцессы и операции. Процессы верхнего уровня представляют собой достаточно сложную совокупность взаимосвязанных работ, осуществляемых в определенной последовательности, что может быть детализирована на подпроцессы – процессы нижнего уровня, которые состоят из отдельных операций.

По характеру протекания во времени выделяют циклические, периодические, однократные. Циклические бизнес–процессы – процессы, носящие непрерывный характер и постоянно повторяются на предприятии. Периодические бизнес–процессы повторяются время от времени с определенной периодичностью. Однократные бизнес–процессы на предприятии происходят одновременно.

В зависимости от потребителя выделяются бизнес–процессы для внешнего и внутреннего потребителя. На внешнего потребителя – процессы, связанные с реализацией товаров.

Подавляющее большинство бизнес–процессов направлена на внутреннего потребителя.

Важным классификационным признаком бизнес–процессов является их разделение в зависимости от характера и потребителя ценности. Поэтому выделяют процессы, создающие ценность непосредственно для клиента и процессы, генерирующие ценность для предприятия.

В зависимости от выхода процесса торговли, бизнес–процессы разделяют на производственные (те, которые участвуют в осуществлении реализации товаров); сервисные (результатом которого является оказанная услуга); информационные (результатом которого является информация).

Вышеуказанная классификация бизнес–процессов позволяет более оптимально и рационально идентифицировать их особенности и основные характеристики.

Исходя из вышесказанного можно отметить, что под бизнес–процессами в сфере торговли следует понимать последовательность действий, при выполнении которых используются ресурсы среды, создается ценность и результат для потребителя.

Таким образом, классификация бизнес–процессов сферы торговли способствует совершенствованию процессного управления, выступает важной основой для моделирования и внедрения эффективного процессного подхода на предприятии.

### **Список использованных источников:**

1. Система управління якістю. Основні положення та словник термінів: ДСТУ ISO 9000:2007: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http // www.dokument.org.ua / sistemi –upravlinnja –jakisty. –osnovni –polozhennja –ta –slovnik –nor 14237.html](http://www.dokument.org.ua/systemi-upravlinnja-jakisty.-%20osnovni-polozhennja-ta-slovnik-nor-14237.html).

2. Електронна енциклопедія “Вікіпедія” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http // www.uk.wikipedia.org. / wiki / Бізнес –процес](http://www.uk.wikipedia.org/wiki/Бізнес-процес).

3. Ситник Г. Класифікація бізнес –процесів підприємства торгівлі на основі процесного підходу / Г. Ситник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http: dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/6250/12 –.](http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/6250/12)