

ВНЕДРЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА В СФЕРУ СБЫТА

Афанасьева Р.М.

ст. преподаватель, Филиал РГГУ в г. Магадане

e-mail: jlo20032003@mail.ru

Корпоративные стандарты играют большую роль в улучшении процесса предоставления услуг клиентам и обеспечении качественного обслуживания. Корпоративный стандарт – это утвержденный руководством компании документ или пакет документов, регламентирующих всю проектную деятельность [2]. Главная цель создания корпоративных стандартов – эффективное управление и координация бизнеса, который с их введением становится более прозрачным и предсказуемым. Корпоративные стандарты по работе с клиентом разнообразны, поэтому стоит выделить несколько основных документов: должностные инструкции; документ, описывающий бизнес-процессы обслуживания клиента – связанные с продажами, маркетингом и сервисом; регламент ведения переписки, телефонных разговоров и других контактов с клиентами; методика количественной оценки основных показателей эффективности функционирования подразделений продаж, маркетинга и сервиса. Ключевыми свойствами бизнес-процесса является то, что это конечная и взаимосвязанная совокупность действий, определяемая отношениями, мотивами, ограничениями и ресурсами внутри конечного множества субъектов и объектов, объединяющихся в систему ради общих интересов с целью получения конкретного результата, отчуждаемого или потребляемого самой системой [1].

В качестве объекта в рамках проводимого автором исследования выбран ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан». В 2002 году было создано ООО «Магаданские колбасы», которое занималось производством и реализацией колбасных изделий. На рисунке 1 представлена организационная структура ООО «Магаданские колбасы»:

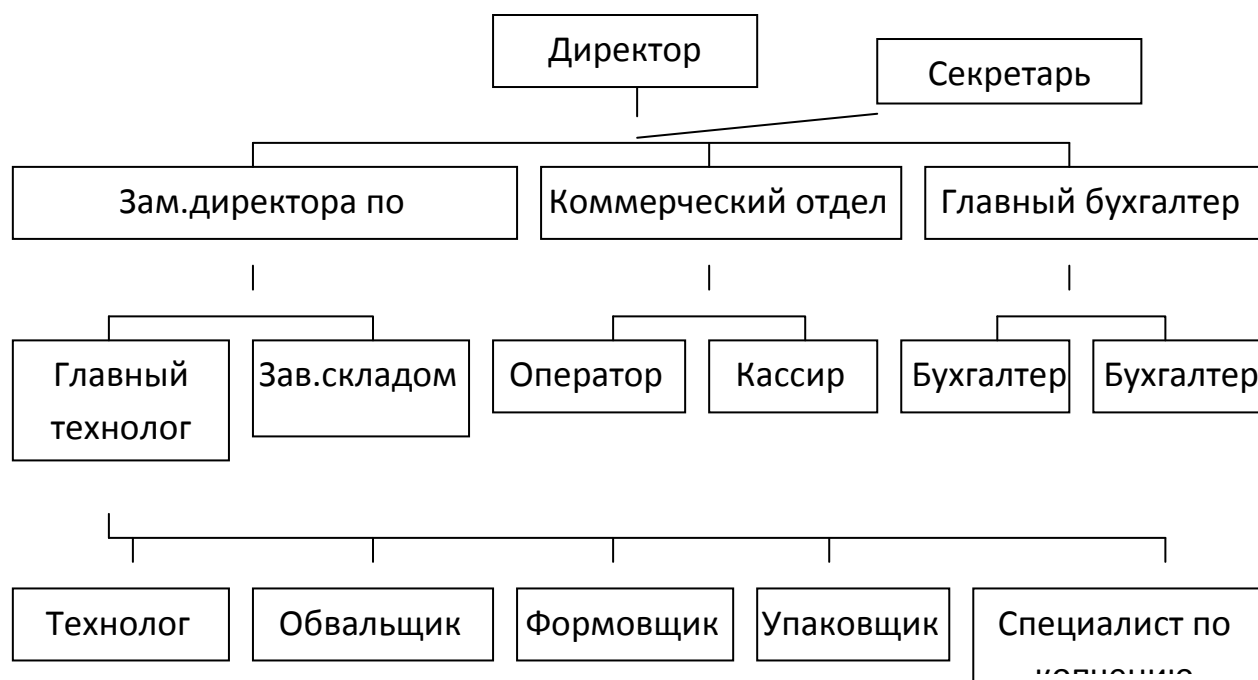


Рис. 1. Организационная структура ООО «Магаданские колбасы»

Рассмотрев организационную структуру ООО «Магаданские колбасы», можно увидеть, что отсутствуют такие должности, которые отвечали бы за имидж торговой марки, стратегию предприятия, планирование бюджета и др. Для улучшения процесса предоставления услуг клиентам и обеспечения качественного обслуживания требуется разработка и внедрение определенных регламентов и стандартов. Также у ООО «Магаданские колбасы» отсутствовали какие-либо стандарты по работе с клиентами,

взаимодействие с клиентами каждый сотрудник вел в соответствии со своим жизненным опытом с присущими этому подходу плюсами и минусами.

В связи с реорганизацией 7 декабря 2007 года на основе объединения ООО «Магаданских колбас» и известной Камчатской фирмой ЗАО «Агротек холдинг» были созданы ООО «Агротек-Магадан» и ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан». Основным видом деятельности ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан» является оптовая торговля продукцией ООО «Агротек-Магадан». В январе 2008 года был введен ассортимент продукции из 70 наименований под торговыми марками «Агротек» и «Агротешка»: вареные колбасы, сосиски, сардельки, сервелаты, полукопченые колбасы, деликатесы. Учитывая недостатки организационной структуры ООО «Магаданские колбасы», была создана отдельная структура Торгового дома, которая представлена на рисунке 2:

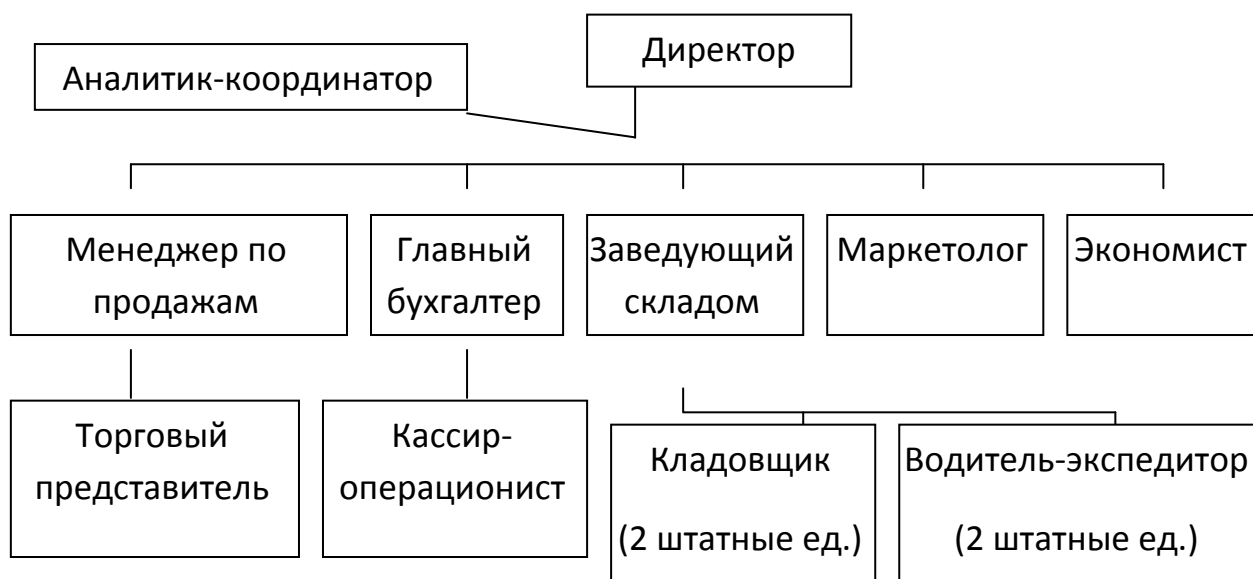


Рис. 2. Организационная структура ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Как мы видим, в целях улучшения процесса предоставления услуг клиентам и обеспечения качественного обслуживания, был создан Торговый дом и введены дополнительные должности. Также был разработан целый ряд бизнес-процессов в Торговом доме. Графическое изображение дает наглядное представление о распределении функций между исполнителями бизнес-процесса, о количестве операций, выполненных каждым из них, которые представлены на рисунке 3:

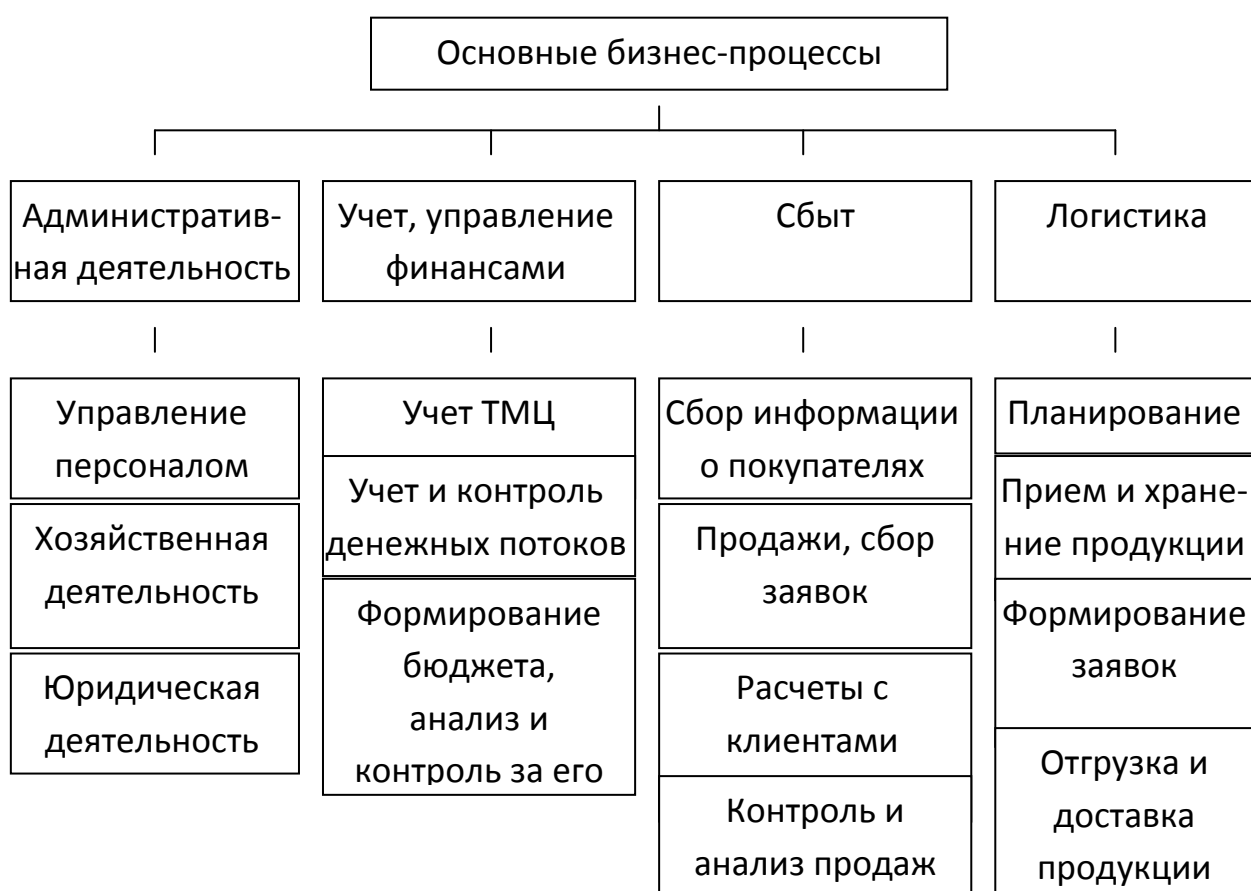


Рис. 3. Схема взаимодействия основных бизнес-процессов ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Регламентирующие документы административной деятельности, созданные в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»: управление персоналом, положение об организационно-функциональной структуре Торгового дома, положение об оплате труда работников, положение о премировании, правила внутреннего трудового распорядка. Документационное и информационное обеспечение: инструкция по документационному обеспечению, юридическое обеспечение, положение о материальной ответственности работников. Деятельность по бухгалтерскому учету и управление финансами Торгового дома направлена на планирование, контроль и оптимизацию затрат в рамках бюджетной политики предприятия, а также ведение управленческого, налогового и бухгалтерского учета денежных средств и товарно-материальных ценностей. Регламентирующими документами этой деятельности являются: учет, учетная политика для целей бухгалтерского учета, положение о бухгалтерской службе, положение о порядке проведения инвентаризации, бюджетное управление, положение о бюджетировании. Деятельность отдела логистики направлена на обеспечение комплексных мероприятий по планированию, закупке, размещению, учету, хранению и доставке продукции до покупателей при максимально эффективном использовании ресурсов предприятия. Распределение отдела логистики представлены на рисунке 4:



Рис. 4. Функции отдела логистики ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Все указанные функции в схеме регламентируются следующими документами: регламент формирования и утверждения плана продаж, регламент приемки, отгрузки, перемещения готовой, продукции и оформления сопроводительной документации в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан», регламент хранения готовой продукции, регламент по доставке продукции, положение о складе готовой продукции, положение о проведении инвентаризации.

Планирование продаж и производства является важнейшим условием для организации успешной совместной работы компании с производителями для достижения оптимального заполнения рынка продукцией с учетом изменений его конъюнктуры. Более того, располагая базой данных, на предприятии стали регулярно проводить анализ причин потерь (ухода к другому производителю) наиболее значимых для них потребителей. Для этого тех из них, кто за последние годы (не менее чем за 1,5-2 года) либо резко снизил объемы закупок, либо вообще приостановил их,

<http://sibac.info>

проинтервьюировали по телефону и выявили основные причины, побудившие потребителей к таким действиям. Результаты опросов показали, что порой причиной ухода к другому производителю были не только качество, цена и условия расчетов, но и просто не корректное отношение к ним со стороны сотрудников службы сбыта, плохая организация обслуживания потребителей. По данным компании только за счет своевременного улучшения организации обслуживания при оформлении документов на получение продукции можно было бы не допустить потерю до 10% от числа ушедших значимых потребителей. И это не потребовало бы никаких дополнительных финансовых затрат.

Корпоративные стандарты позволяют бизнесу работать как часы – все четко и слаженно. Каждый человек – на своем месте. У всех есть стандарты того что, как и самое главное – с каким результатом на выходе они должны делать. Не приходится сомневаться, что в этом случае руководитель сможет уделять гораздо больше времени стратегическим задачам развития, поиску новых возможностей для роста.

Разработав и внедрив стандарты обслуживания клиентов в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан», компания заручается доверием и благосклонностью своего клиента. А что такое «доверие клиента» сегодня? Это отношения на долгие годы. Это вереница новых клиентов завтра, которые появятся у компании благодаря рекомендациям и отзывам о ней. В частности, корпоративные стандарты в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан» могут регулировать внутренние процессы, например работу подразделений и сотрудников. Могут быть направлены и на внешние процессы – обслуживание клиентов, отношения с партнерами, рекламу.

Список литературы:

1. Система корпоративных стандартов: практика разработки и внедрения. // Управленческий учет и финансы, № 2, 2007. – С. 23.
2. Юткина Ю. Для чего автоматизировать бизнес-процесс. // Дайджест, №2, 2008. – С. 21.