

УДК 658.5

O.D. Pokrovskaya, M.G. Davudov,
E.D. Pasechnik

OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN THE SPHERE OF TECHNICAL SUPPORT OF THE SYSTEM OF SALES OF NEW CARS IN DEALER CENTERS

The article discusses ways to transform business processes for preparing new cars for sale in dealerships, considers the need to introduce an EAM system into the corporate information platform of a dealership in order to increase the efficiency of business process assessment.

Keywords: digitalization of the automotive business, logistics process, business processes of a car dealer, optimization of the business process of preparing a commercial vehicle for sale.

О.Д. Покровская¹, М.Г. Давудов²,
Е.Д. Пасечник³

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРАХ

В статье рассмотрены способы трансформации бизнес-процессов подготовки новых автомобилей к реализации в дилерских центрах, рассмотрена необходимость внедрения EAM-системы в корпоративную информационную платформу дилерского центра с целью повышения эффективности оценки бизнес-процессов.

Ключевые слова: цифровизация автомобильного бизнеса, логистический процесс, бизнес-процессы автомобильного дилера, оптимизация бизнес-процесса подготовки товарного автомобиля к реализации.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-1-40-47-50

В быстроизменяющихся современных условиях одним из базовых инструментов развития бизнеса является внедрение принципов организации и оптимизации процессов деятельности предприятия и, как следствие, обеспечение повышения качества выпускаемой продукции или услуг. С 2020 г. происходит значительная трансформация общества, начало которой было положено влиянием пандемии коронавирусной инфекции, в связи с чем появилась острая необходимость поиска новых способов организации бизнес-процессов взаимодействия с клиентами практически во всех областях. Распространение коронавирусной инфекции привело к значительному росту цифровизации общества в целом и, как следствие, бизнеса в частности. Как следствие, можно отметить, что использование цифровых технологий бизнесом стало одним из ключевых факторов его успеха, независимо от основного направления деятельности. Следует отметить, что влияние пандемии коронавирусной инфекции в 2020 г., а также влияние международных санкций повлекло за собой существенные изменения на рынке автомобильного бизнеса в России. Повышение стоимости товарных автомобилей, сократившийся объём поставок и производства товарных автомобилей является причиной возросшей конкуренции между дилерскими сетями, что приводит к необходимости трансформации как основных, так и вспомогательных бизнес-процессов в соответствии с условиями рынка [6]. В основе успешной реализации основных бизнес-процессов автомобильного дилерского центра лежит оптимизация вспомогательных бизнес-процессов в соответствии с условиями, диктуемыми конкурентной средой, а также с целью повышения эффективности работы. Становится

¹ Покровская О.Д., заведующая кафедрой "Управление эксплуатационной работой", доктор технических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I", г. Санкт-Петербург

Pokrovskaya O.D., Head of the Department Operations management, Doctor of Technical Sciences, Associate Professor; State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Emperor Alexander I Saint Petersburg State Transport University", Saint Petersburg

E-mail: pokrovskaya@pgups.ru

² Давудов М.Г., доцент кафедры бизнес-информатики, кандидат технических наук; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Davudov M.G., Associate Professor of the Department of Business Informatics, PhD in Economics; State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint Petersburg Federal State Institute of Technology (Technical University)", Saint Petersburg

E-mail: makcs2004@mail.ru

³ Пасечник Е.Д., ассистент кафедры бизнес-информатики; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Pasechnik E.D., Assistant of the Department of Business Informatics; State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint Petersburg Federal State Institute of Technology (Technical University)", Saint Petersburg

E-mail: kate.pasechnik@yandex.ru

очевидной необходимость внедрения информационных средств моделирования бизнес-процессов для принятия эффективных управленческих решений в автомобильном дилерском центре [1].

Матрица основных и вспомогательных бизнес-процессов представлена на Рис. 1.



Рисунок 1 – Матрица бизнес-процессов автомобильного дилерского центра

С 2022 г. в связи с удлинением и усложнением логистических путей поставок существенно возросли риски, связанные с повреждениями товарных автомобилей в процессе транспортировки, что ведёт к увеличению времени подготовки товарных автомобилей к реализации, а также к увеличению расходов на восстановление и подготовку товарных автомобилей к реализации в дилерском центре, в связи с чем возникает потребность в оптимизации вспомогательных бизнес-процессов подготовки товарных автомобилей к реализации [3].

Проведём анализ вспомогательных бизнес-процессов автомобильного дилерского центра, связанных с подготовкой товарных автомобилей к реализации (основной бизнес-процесс). Моделирование бизнес-процессов, со множеством участников в одном процессе целесообразно осуществлять в нотации BPMN.

Этапы реализации бизнес-процесса AS IS "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре":

1. Приём товарного автомобиля на баланс дилерского центра.
2. Постановка товарного автомобиля на дилерский склад хранения.
3. Проведение предпродажного сервисного обслуживания и экспертизы технического состояния на основании запроса товарного автомобиля отделом продаж для демонстрации клиенту.
4. В случае обнаружения дефектов и неисправностей проводятся ремонтные работы.
5. После проведения ремонтных работ автомобиль демонстрируется клиенту.
6. В случае согласия клиента на покупку автомобиля начинается процесс предпродажной подготовки.
7. На завершающем этапе сделки происходит выдача автомобиля клиенту.

На Рис. 2 представлен результат моделирования бизнес-процесса AS IS "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре".

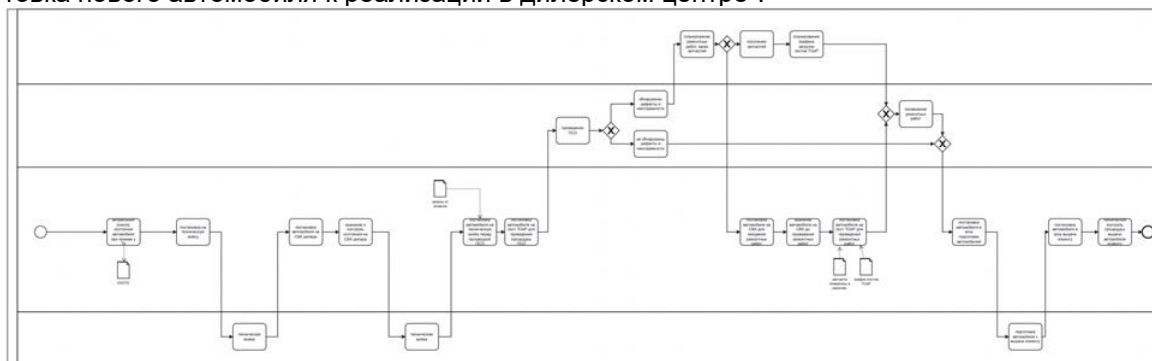


Рисунок 2 – Процесс AS IS "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре"

К недостаткам процесса AS IS "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре" можно отнести то, что процесс проведения экспертизы технического состояния товарного автомобиля на предмет выявления дефектов кузовных элементов и агрегатов производится после запроса отделом продаж автомобиля в работу, следовательно, при обнаружении дефектов и неисправностей ремонтные работы по их устранению увеличивают как время ожидания клиента, так и сам цикл сделки. Увеличение цикла сделки по продажам автомобилей значительно снижает конкурентоспособность автомобильного дилерского центра.

С целью сокращения цикла сделки необходимо оптимизировать бизнес-процесс "Подготовка товарного автомобиля к реализации в дилерском центре". Для оптимизации бизнес-процесса необходимо изменить последовательность проводимых работ.

Этапы реализации бизнес-процесса TO BE "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре":

1. Приём товарного автомобиля на баланс дилерского центра.
2. Проведение предпродажного сервисного обслуживания и экспертизы технического состояния.
3. В случае обнаружения дефектов и неисправностей проводятся ремонтные работы.
4. Постановка товарного автомобиля на дилерский склад хранения, до возникновения отделом продаж для демонстрации клиенту.
5. В случае согласия клиента на покупку автомобиля начинается процесс предпродажной подготовки.
6. На завершающем этапе сделки происходит выдача автомобиля клиенту.

На Рис. 3 представлен результат моделирования бизнес-процесса TO BE "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре".

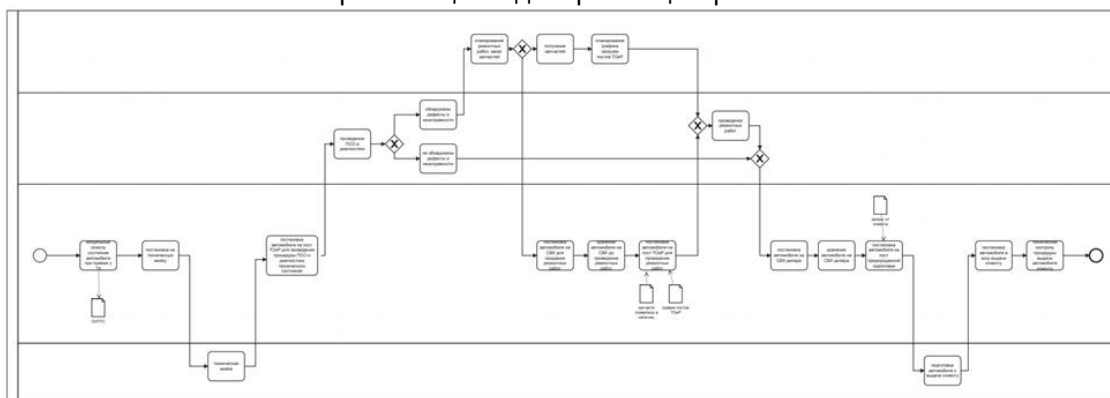


Рисунок 3 – Процесс TO BE "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре"

В результате оптимизации бизнес-процесса "Подготовка нового автомобиля к реализации в дилерском центре":

1. На складе дилерского хранения находятся только товарные автомобили без повреждений и неисправностей, как следствие сокращается время выхода на сделку по продаже, а также увеличивается количество автомобилей на складе дилера, готовых к проведению быстрых сделок по продаже.
2. Сокращается цикл сделки по продаже товарных автомобилей.
3. Ремонт повреждённого или неисправного автомобиля производится в плановом режиме, тем самым увеличивается время для проведения ремонтных работ.

На примере проведённого анализа бизнес-процесса "Подготовка товарного автомобиля к реализации в дилерском центре" выявлена необходимость внедрения EAM-системы в существующую IT-инфраструктуру дилерского центра с целью более оперативного принятия управленческих решений на основе моделирования бизнес-процессов при резких изменениях конъюнктуры рынка [2].

В компании "Рольф" с 2022 г. разрабатывается и внедряется собственная IT-платформа "Flora", в которую входят следующие компоненты:

1. Сервисные модули управления запасами, планирования закупок, складирования и транспортировки, а также формирования заказов и ценообразования.
2. Операционная система "Flora" для оптимизации работы с розничными клиентами.

3. Клиентские онлайн-сервисы "Рольф".

Однако, в результате анализа IT-платформы "Flora", выявлена необходимость внедрения модуля ЕАМ-системы для оперативного принятия управленческих решений и оптимизации как основных, так и вспомогательных бизнес-процессов, с целью повышения уровня конкурентоспособности компании при быстроизменяющихся условиях рынка [4].

Список использованных источников

1. Лан Ю.О., Щетинина Ю.М., Рындина С.В. Клиентоориентированность в автоматизированных бизнес-процессах компании по продаже автомобилей // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2017. – № 1(5). – С. 52-60.

2. Нуртазина М.Ж., Вакулин В.В. ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА УЧЁТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОСАЛОНА НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ // Теория и практика современной науки. – 2019. – № 6(48). – С. 683-685.

3. Стасюк Н.В. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОСАЛОНОВ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ // Формула менеджмента. – 2023. – № 2(17). – С. 5-12.

4. Урмашев Н.А., Гайбуллаулы С. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ АВТОСАЛОНА // НАУ. – 2022. – № 81. – С. 35-36.

5. Андреева Е.В. Необходимость развития клиентоориентированности в автомобильном бизнесе // Телескоп. – 2024. – № 3. – С. 201-206.

6. Остроумов А.А. Особенности информатизации логистических процессов автодилеров // ПСЭ. – 2013. – № 3(47). – С. 276-280.