

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы обусловлена тем, что ослабление экономической активности и сложная санитарно-эпидемиологическая ситуация привели к тому, что руководителям организаций пришлось действовать быстро, чтобы отреагировать на быстроменяющуюся и чрезвычайно сложную экономическую ситуацию. Для некоторых это включало отказ или значительное изменение тщательно продуманных планов, чтобы остаться на плаву. Как следствие, многие квартальные и годовые финансовые прогнозы были отклонены от курса, и даже сейчас могут быть неизвестны полные долгосрочные последствия. Скорость и грамотность финансовых решений в условиях кризиса становятся одними из главных факторов обеспечения конкурентоспособности. Сильное и устойчивое руководство со стороны финансов организации имеет большое значение для решения неотложных проблем, связанных с безопасностью, стабилизацией бизнеса в ближайшем будущем и подготовкой его к восстановлению.

С экономической точки зрения кризис COVID-19 — это кризис ликвидности и связанный с этим финансовый стресс. Таким образом, главным приоритетом для финансового руководителя должна быть оптимизация денежных резервов, поскольку масштабы и продолжительность кризиса остаются неясными. В связи с этим финансовый директор должен сосредоточиться на оценке ликвидности компании, разработке различных сценариев, основанных на потенциальных путях развития кризиса, и разработке плана внутренних и внешних коммуникаций [1].

Создание эффективного финансового менеджмента — первостепенная задача руководства компании, так как от его успешного решения зависит прибыльность и конкурентоспособность бизнеса.

Эффективно построенная система финансового менеджмента на предприятии будет способствовать решению комплекса задач, основные из которых: планирование и принятие управленческих решений на основе оценки и сопоставления конечных финансовых результатов; оценка финансовой состоятельности предприятия и его структурных единиц; подчинение интересов отдельных структурных подразделений интересам предприятия; обеспечение роста эффективности использования ресурсного потенциала; повышение ответственности руководителей различного уровня за рациональное использование ресурсов; оптимизация структуры инвестиционных ресурсов; оценка финансовой целесообразности осуществления бизнеса

не только в настоящем, но и в будущем, что позволяет повысить конкурентоспособность существующего бизнеса.

Источник

1. The CFO's role in helping companies navigate the coronavirus crisis [Electronic resource] // McKinsey. — Mode of access: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-cfos-role-in-helping-companies-navigate-the-coronavirus-crisis>. — Date of access: 26.11.2021.

А. А. Никитина, В. А. Зеленская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРІ ДЛЯ ВЗАИМОУВЯЗКИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА И ПРОДАЖ В ТОРГОВЛЕ

В настоящее время системы оплаты труда и материального стимулирования имеют большое значение для увеличения основного объемного показателя деятельности торговой организации — объема товарооборота. Установление многими организациями торговли зависимости производительности труда от средней заработной платы, в том числе и от ее стимулирующей части, дает основание предположить, что должна существовать тесная корреляционная связь между фондом заработной платы и товарооборотом.

Стимулирование как способ управления трудовым поведением работника состоит в целенаправленном воздействии на поведение персонала посредством влияния на успешность его работы с использованием различных методов. В настоящее время для взаимовязки систем стимулирования трудового персонала и товарооборота внедряются многими организациями торговли системы ключевых показателей эффективности — КРІ. КРІ представляет собой комплекс индикаторов, способных выявить уровень эффективности труда в работе предприятия. КРІ используются как инструмент измерения качества работы как всей организации, так и ее персонала в отдельности. В розничной торговле выделяют пять основных КРІ: продажа за час /сутки, стоимость среднего чека, длина среднего чека, соотношение зарплаты и объема продаж, конверсия (показатель, указывающий, сколько человек было «преобразовано» из посетителей в покупатели) [1].

После того как КРІ определены, они дают ясное представление о целях и намерениях торговой организации в области стимулирования ее работников. Эти показатели дают четкое представление о том, какие процессы играют важную роль в организации и что нужно