

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 покупателя) [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

делать для того, чтобы достичь своих целей. Несмотря на положительные аспекты, система КРІ имеет и свои ключевые недостатки: сложность ее разработки и внедрения; если шкала КРІ составлена некорректно, результата от нее будет немного; возможность установления слишком завышенных или заниженных значений КРІ; сложность установления КРІ сотрудникам, результаты работы которых невозможно оценить количественными показателями; руководители, которые решили использовать такую систему оценки в работе своей организации, сами составляют критерии оценки работы своих сотрудников или привлекают для этого сторонних специалистов. Однако зачастую ни те ни другие не знакомы в деталях с особенностями работы персонала и не могут четко сформулировать цели и задачи для каждого члена коллектива.

Тем не менее положительные результаты от внедрения системы КРІ способны нивелировать вышеперечисленные ее недостатки.

Таким образом, КРІ может быть довольно эффективным инструментом для улучшения результатов розничных продаж. Он способствует взаимовязке систем стимулирования не только персонала торговой организации, но и товарооборота, получаемого от активных продаж.

Источник

1. Ключевые показатели эффективности (КРІ) в розничной торговле [Электронный ресурс] // Lobanov Logist. — Режим доступа: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/57147. — Дата доступа: 10.11.2021.

СНИЛ «Гандаль»

М. О. Николаева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проводя оценку результатов и результативности деятельности предприятия, можно выделить следующие основные этапы: оценка показателей выручки, доходов и прибыли за отчетный период; анализ показателей рентабельности за отчетный период; определение резервных источников увеличения прибыли; определение резервов увеличения показателей рентабельности.

Для выполнения данных этапов оценки результатов проводятся: анализ реализации плана и исследование динамики; общий анализ реализации плана по чистой прибыли, исследование ее динамики по сравнению с базисным периодом, определение ее структуры, изучение отдельных влияющих факторов на прибыль от реализации