

Мельникова В.В.

*Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Габдуллин Л.В.
Елабужский институт Казанского (Приволжского) Федерального Университета
г. Елабуга*

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В данной статье рассмотрено практическое применение показателей КРІ. Проанализированы характерные особенности предприятий, где используются данные показатели. Выявлена и обоснована необходимость их применения.

Ключевые слов: показатели, эффективность, результативность

Melnikova V.V.

*Scientific supervisor: PhD, associate Professor Gabdullin L.V.
Yelabuga Institute of Kazan Federal University
Yelabuga*

PERFORMANCE INDICATORS OF LOGISTICS PROCESSES AT THE ENTERPRISE

Abstract. This article discusses the practical application of KPI's. Analyzed the characteristics of companies that use these indicators. Identified and justified the need for their use.

Keywords: indicators, efficiency, effectiveness.

Показатель КРІ (Key Performance Indicators) пришел к нам вместе с американскими и западноевропейскими компаниями, где он успешно используется уже несколько десятилетий. КРІ – это инструмент, который помогает анализировать эффективность определенной деятельности, а также уровень достижения поставленных целей [1, с. 24]. Как показывают исследования, около 80% российских топ-менеджеров недовольны существующими в их компаниях системами оценки результатов деятельности. Используя существующие алгоритмы, они не видят связи между планами, исполнением, результатом и мотивацией. Внедрение КРІ помогает полностью изменить картину. КРІ позволяет проводить контроль деловой активности сотрудников, подразделений и компании в целом и вывести предприятие на новый уровень.

В России КРІ принято переводить как ключевой показатель эффективности. На самом деле это не совсем верно. Правильнее будет называть его «ключевой показатель результата деятельности», так как английское слово performance включает в себя не только понятие эффективности, но и понятие результативности, которые существенно различаются. Эффективность выражает соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами и определяет способность компании к реализации своих целей и планов с заданным качественным уровнем, выраженным определенными требованиями: временем, затратами, степенью достижения цели.

Результативность – это способность предприятия ориентироваться на результат (степень достижения запланированных результатов).

Таким образом, КРІ в значении «ключевой показатель результата деятельности» более объемён и содержит в себе как степень достижения результата, так и затраты на его получение. Что касается практического применения КРІ, то этот показатель вводится на предприятиях для того, чтобы было удобно измерять результаты работы фирмы в целом, отдельных подразделений и непосредственно сотрудников, а также мотивировать персонал на достижение требуемых результатов [2, с. 105].

Ключевые показатели эффективности можно разделить на:

1) запаздывающие, отражающие результаты деятельности по истечении периода. К ним относятся финансовые показатели, которые показывают потенциал, но не передают текущую эффективность подразделений и компании в целом;

2) оперативные (опережающие), дающие возможность управлять ситуацией в пределах отчётного периода с целью достижения заданных результатов по его истечении. Они свидетельствуют о текущей ситуации в компании, параллельно показывая, какие денежные потоки могут быть в будущем, а также демонстрируют качество процессов и продукции и степень удовлетворенности клиентов.

По видам ключевые показатели могут быть следующими:

- 1) KPI результата – показывают количество и качество результата;
- 2) KPI затрат – показывают затраченные ресурсы;
- 3) KPI функционирования – относятся к показателям выполнения бизнес-процессов и позволяют оценить, насколько соответствует процесс требуемому алгоритму его выполнения;
- 4) KPI производительности – производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата и времени, затраченного на его получение;
- 5) KPI эффективности (показатели эффективности) – это также производные показатели, которые характеризуют соотношение полученного результата к затратам ресурсов.

Ключевые показатели нужны не только руководству компании, по ним удобнее работать и самим сотрудникам, особенно тем, чей доход напрямую зависит от результатов труда. Работникам компании KPI позволяет легко рассчитать шаги, которые нужны для достижения необходимого результата.

В компаниях, занимающихся прямыми продажами, в основном используются KPI эффективности, которые показывают соотношение холодных звонков, встреч с клиентами к количеству продаж. Страховой консультант (или менеджер по продажам), используя ключевые показатели, принятые в компании, видит четкую картину своей активности. Он понимает, что для того, чтобы выйти на запланированный доход, ему нужно продать определенное количество полисов (товаров), сделав перед этим определенное количество встреч и звонков. Стандартным KPI для новичков страхования жизни считается 1/10, то есть, чтобы совершить одну продажу, нужно провести 10 встреч, а на каждую встречу приходится в среднем 10 звонков.

Подобные KPI являются персональными, и их не должно быть слишком много на каждого сотрудника. Достаточно трех-пяти; главное, чтобы они были четко сформулированы и легко измеримы. Примером для продающего подразделения или компании в целом может служить ключевой показатель результативности «средний доход на клиента», включенный в стратегическую цель «Увеличить средний доход на клиента с 25 рублей до 30 рублей на 2014 год».

Кроме стимулирования и мотивации сотрудников, KPI используются руководителем как инструмент анализа деятельности подчиненных, помогающий ясно увидеть, на каком этапе работы у его сотрудника провал. Если снова взять в качестве примера менеджера по продажам, то ключевые показатели позволяют начальнику отдела продаж выявить проблемные точки: делает ли менеджер достаточное количество звонков и встреч, большая ли у него клиентская база и т. д. Если же показатели выполняются, а нужного количества продаж нет – значит, у данного сотрудника страдает качество работы: не хватает навыков, знаний, настойчивости и т. д.

Все эти моменты легко отслеживаются именно по KPI, поэтому вся деятельность продающих подразделений в успешных компаниях, занимающихся активными продажами, в основном построена на использовании этого индикатора. Виды показателей и их количественные значения зависят как от направления деятельности предприятия, так и от его стратегии, поэтому в разных компаниях могут принимать разные значения.

Литература:

1. Вихров А.А., Лекомцев П.А. Интеграция систем KPI/BSC и бюджетирования в единый инструмент управления // Управления компанией. 2011. №12(55). С. 150.
2. Каплан Роберт Нортона Дейвид Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. 320 с.
3. Стышнев Е. Как работать с KPI. Русконсалт. URL: <http://www.rusconsult.ru> (дата обращения: 3.03.2016).
4. Федосеев В. Оценка персонала // Прогрессивные технологии управления. URL: http://www.proteu.ru/sist_oceni_pers (дата обращения: 14.03.2016).

Ситенкова С. И.

*Научный руководитель: проректор по научной работе и качеству Иванова С. Л.
ГАОУ ВО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»
г. Набережные Челны*

РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Аннотация. В данной статье рассмотрено современное состояние насыщенности отечественного рынка продуктами питания в условиях экономических санкций и выявлены основные перспективы импортозамещения в настоящих условиях.

Ключевые слова: импортозамещение, экономический кризис, санкции, профессиональный альянс, NoReCa.