

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ В КАТЕГОРИЙНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Сегодня в торговом бизнесе существуют проблемы, связанные с мотивацией сотрудников, которые проявляются в разрозненности их действий в основных бизнес-процессах. Понятие товарной категории также соблюдается далеко не во всех магазинах.

Оценивая работу крупных торговых сетей, можно сделать вывод, что категорийный менеджмент позволяет рационально использовать имеющиеся площади, повышать степень удовлетворенности потребителей и продажи в торговом объекте.

Категорийный менеджер — сотрудник, который управляет определенной категорией товаров и несет ответственность за реализацию, прибыль, товарооборотчиваемость и другие количественные показатели данной категории товаров. Следовательно, категорийный менеджер отвечает своей заработной платой и должностью за то, что продажи, оборачиваемость, прибыль и ликвидность категории товаров должны соответствовать поставленным планам и задачам [1, с. 53].

В мировой практике при расчете заработной платы сотрудников данной должности устанавливается оклад и премиальная часть, размер которой зависит от выполнения определенных показателей.

Для расчета премии большинством организаций используются ключевые показатели эффективности — так называемые КРІ. Традиционно выделяется огромное количество показателей, которые могут использоваться для расчета общего КРІ категорийного менеджера. К основным и наиболее часто используемым таким показателям можно отнести товарооборот категории, прибыль по категории, маржу (относительное или абсолютное значение) и оборачиваемость категории.

Для расчета мотивации категорийного менеджера каждому из параметров КРІ присваивается весомость и устанавливаются плановые показатели на период. В зависимости от степени выполнения планового показателя формируются повышающие или понижающие коэффициенты. Размер премии (ЗП) рассчитывается по следующей формуле:

$$ЗП = \Phi + П \cdot (K_1 + K_2 + \dots + K_n),$$

где Φ — фиксированная часть (оклад); $П$ — процент от прибыли товарной категории за период; K_1, K_2, \dots, K_n — повышающие/понижающие коэффициенты.

Важно отметить, что для всех менеджеров на данной должности фиксированная часть должна быть одинаковой, а доля ее невысокой — 30–40 % от заработной платы [1, с. 55].

Для поддержания высокой работоспособности и заинтересованности сотрудников предлагается внедрение элементов нематериального стимулирования, а именно социального пакета (оплата проезда в общественном транспорте, питание, детские пособия, путевки, медицинская страховка и т.п.).

Таким образом, можем сделать вывод, что в ходе осуществления коммерческой деятельности любого торгового объекта важное значение имеют мероприятия, повышающие мотивацию торгового персонала, в частности категорийных менеджеров, что позволяет увеличить товароборот, оборачиваемость, прибыль и маржу по категории товаров, степень удовлетворения спроса населения, достичь наиболее эффективного управления товарными запасами и в целом повысить эффективность деятельности организации.

Источник

1. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова, С. В. Сысоева. — СПб : Питер, 2015. — 267 с.