

В.И. Морохина, Е.В. Харитонова, Н.А. Ураева
ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТОРГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
НА ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ
ОТРАСЛИ

Предложены подходы к определению торгово-оперативного персонала предприятий торговли, величина которого зависит от его формата и плотности покупательского потока. Обоснованы выводы о том, что численность и скорость работы данной категории работников в максимальной степени предопределяют как экономические показатели торгового бизнеса, так и сокращение потерь времени покупателей на приобретение товаров. В связи с этим для сокращения трудовых затрат в отрасль предлагается внедрять инновационные технологии торговли, такие как радиочастотные системы данных (RFID), персональные компьютеры (RDA), информационные терминалы, электронные рекламные дисплеи и т.д.

***Ключевые слова:** трудовые ресурсы; трудовые затраты; трудовой потенциал; формы обслуживания; торгово-технологический процесс; инновационные технологии.*

We offer approaches to defining trade operating personnel whose size depends on its format and the purchasing stream density. We prove the idea that the number and speed of the personnel at most predetermine both economic indicators of business and the decrease of purchasing time waste. So in order to cut man hours we suggest implementing innovation trade practices such as Radio Frequency Identification Technology (RFID), Remote Database Access (RDA), information stands, advertising panels, etc.

***Keywords:** labour resources; man hour; labour potential; type of service; trade and manufacturing process; innovation technology.*

В настоящее время торговая отрасль является одной из наиболее трудоёмких отраслей, в которой трудится более 12 млн. человек, или 17,7% от общей численности занятых в экономике страны, с высокой удельной стоимостью расходов работодателей на содержание трудовых ресурсов. Доля затрат живого труда на предприятиях торговли в их общей величине составляет 40–50% [5]. На наш взгляд, правомерно мнение социологов и экономистов, которые считают, что человеческий фактор следует рассматривать как инновационный ресурс, требующий постоянных финансовых вложений в исследование новых методов научной организации труда, поиск резервов роста его производительности в условиях динамично развивающейся среды ритейла.

Для характеристики трудовой составляющей экономического потенциала торгового предприятия используют такие понятия, как «рабочая сила», «кадры», «человеческие ресурсы», «персонал предприятия»,

«трудовой потенциал», они близки по содержанию, но не одинаковы по внутренней составляющей. Ряд авторов приводят следующее определение понятия «персонал предприятия»: это «весь личный состав постоянных и временных работников, включаемых в среднесписочную численность за отчетный период» [2]. Такая суженная трактовка данной дефиниции может использоваться в аналитических исследованиях, но она не в полной мере соответствует современным потребностям торгового менеджмента.

Управленческим задачам торгового менеджмента в большей степени соответствует трактовка, когда персонал предприятия рассматривается как профессионально-квалификационный состав занятых работников (кадров), обладающий способностями и специфическими знаниями, позволяющими максимально эффективно использовать наличные ресурсы для ведения конкурентного торгового бизнеса. И это может относиться

не только к численности наемных работников, но и к собственникам или владельцам предприятия, если они своим трудом принимают участие в деятельности предприятия и получают за это соответствующую оплату.

Функциональное разделение труда положено в основу деления персонала торгового предприятия на категории. В торговле принято разделять работников на административно-управленческий, торгово-оперативный, вспомогательный, младший обслуживающий персонал. Доля торгово-оперативного персонала (продавцов, кассиров, контролеров, мерчандайзеров), то есть работников, непосредственно занятых обслуживанием покупателей, зависит от формата предприятия, формы торгового обслуживания, характерных для данного предприятия (самообслуживание, продажа товаров, по образцам, по каталогам, индивидуальное обслуживание через прилавки и т.д.), и может достигать 70–80% от общей численности работников.

Трудовые ресурсы торгового предприятия характеризуются такими показателями, как среднесписочная численность персонала, среднесписочная численность работников торговой группы, производительность труда одного среднесписочного работника, производительность труда одного работника торговой группы, трудовые затраты на единицу товарооборота как всего персонала, так и работников торговой группы, а также показателями, оценивающими стоимость рабочей силы. Поэтому вопрос оптимизации численности персонала является актуальным для предприятий торговли и должен основываться на научном изучении трудозатрат персонала предприятия в конкретных временных условиях с использованием таких показателей, как норма численности по рабочим местам, норма времени, норма выработки, норма обслуживания. К сожалению, по ряду причин практика определения численности на основе нормирования труда не получила широкого применения в современной практике торговых предприятий, а научные разработки по этому вопросу практически отсутствуют. Обоснованный расчет общего числа работников важен для всех предприятий, но в практических расчетах следует учитывать объемы их деятельности,

форматы, принадлежность к сетевым структурам и т.д.

Для небольших торговых предприятий важен комплексный подход к формированию коллектива на основе совмещения трудовых функций, когда работник выполняет все виды работ, необходимых для организации торгового процесса (продавца, кассира, мерчандайзера, уборщика). В таких предприятиях расчет численности торгово-оперативных работников (продавцов-кассиров) может производиться исходя из количества условных рабочих мест и числа рабочих смен на предприятии, но обязательно должен корректироваться по результатам периодически проводимой фотографии рабочего времени работников по дням недели и часам работы предприятия. Это связано с тем, что, как показало изучение фактического баланса рабочего времени, у продавцов таких предприятий коэффициент полезного использования рабочего времени составляет 60–70% и серьезно колеблется по временным периодам. Знание руководством такой информации позволит разработать конкретные мероприятия по увеличению производительности труда работников за счет устранения потерь и нерациональных затрат рабочего времени без дополнительных финансовых вложений, что очень важно для небольших торговых предприятий.

Крупные торговые предприятия, особенно сетевые компании, со сложными торгово-технологическими процессами, управленческими структурами, множеством подразделений, комбинированными формами обслуживания, работниками, выполняющими разнообразные функции, ориентированы на максимальное разделение труда своих сотрудников. Для них важно не только экономическое обоснование общей численности работников, но и качественный аспект состава персонала, гибкость, маневренность в его использовании.

Понятие гибкости по отношению к трудовым ресурсам означает способность руководства варьировать количество работников в зависимости от изменений спроса, плотности покупательского потока в разные периоды времени, умение реагировать на изменения окружающей среды. Решить весь комплекс этих задач возможно на основе разра-

ботки нормативов и норм трудовой деятельности, которые позволяют получить заданный объем товарооборота, работ, услуг в сложившихся торгово-технологических условиях с оптимальной численностью работников и научно обоснованными затратами рабочего времени. Для крупных, особенно сетевых компаний, использующих самообслуживание как основную форму торговли, торговой площадью предприятий от 400 и более квадратных метров, становится крайне важным определение численности такой категории работников, как контролеры-кассиры, доля которых в численности торгово-оперативных работников существенно возрастает при относительном сокращении количества продавцов. Именно от скорости работы узла расчета зависит не только объем товарооборота, но и лояльность покупателя, его желание обратиться за торговой услугой снова в это предприятие.

Число рабочих мест контролеров-кассиров на основе технико-экономического нормирования труда может быть рассчитано по формуле:

$$P_k = \frac{Ч_{п} \cdot K_H \cdot B_p}{B_n}$$

где P_k – количество рабочих мест контролеров-кассиров, шт.;

$Ч_{п}$ – количество покупателей за рабочий день, чел.;

K_H – коэффициент неравномерности покупательского потока по часам работы торгового предприятия;

B_p – затраты времени на расчет с одним покупателем, сек.;

B_n – время работы контролера-кассира за рабочий день, сек.

Количество покупателей в среднем за рабочий день определяется по окончании рабочего дня по количеству чеков.

Коэффициент неравномерности покупательского потока по часам работы торгового предприятия определяется на основе расчета коэффициента вариации покупательского потока за рабочий день и среднеквадратического отклонения покупательского потока по часам работы следующим образом:

$$K_H = 1 + v_x,$$

где K_H – коэффициент неравномерности покупательского потока по часам работы тор-

гового предприятия;

v_x – коэффициент вариации покупательского потока за рабочий день;

x_n – покупательский поток за час фактической работы, чел.;

\bar{x} – средний покупательский поток за час работы, чел.

Затраты времени контролера-кассира на расчет с одним покупателем рассчитываются на основе фотографии рабочего дня. Время работы контролера-кассира за рабочий день соответствует режиму работы торгового предприятия, числу смен.

Предложенная методика определения численности контролеров-кассиров имеет большое значение для действующих крупных предприятий торговли [1]. Вместе с тем, в настоящее время гипермаркеты и крупные торговые сети внедряют новые технологии, которые помогают уменьшить затраты, повысить производительность труда, улучшить обслуживание покупателей. Инновационные технологии торговли по организации расчетных узлов, основная цель которых сократить потери времени покупателя при оплате товаров, могут идти по нескольким направлениям: внедрение радиочастотных систем данных (RFID), персональных компьютеров (RDA), информационных терминалов, электронных рекламных дисплеев и т.д. RFID – это метки на товарах, электронные ценники, содержащие информацию о продуктах, «умные» тележки покупателей, информационные товарные дисплеи и т.д. RFID – метки на товарах, электронные ценники используются в современных магазинах «Wall-Mart», «Metro Cash&Carry», «Carrefour», «Auchan» и других крупнейших ритейлеров.

Электронные ценники – это миниатюрные дисплеи, аналогичные жидкокристаллическим часам или калькуляторам, на которых отражаются цифровые и буквенные символы. Суть технологии заключается в том, что информация о ценах управляется централизованно – посредством главного компьютера, что позволяет быстро вносить изменения, не привлекая дополнительный персонал и не мешая покупателям. Электронные ценники могут вытеснить обычные бумажные, что повлечет за собой снижение издержек обращения на расходные материа-

лы и оплату труда персонала.

Кроме того, считыватель RFID посылает сообщения системы «back-office» магазина о том, что необходимо пополнить ассортимент недостающих товаров на стеллажах и полках в торговом зале магазина. Эта система отслеживает спрос на товары (какой товар быстро реализуется, а какой не пользуется спросом у покупателей). Датчики с функцией защиты товара от краж поднимают тревогу, если покупатель пытается вынести неоплаченный товар. Процесс RFID способствует экономии времени покупателя при оплате за выбранный товар. В связи с этим менеджер следит за работой касс в торговом зале, отслеживая поток покупателей, корректирует численность взаимозаменяемых работников в зависимости от загрузки торгового зала. С помощью бирок RFID в тележках менеджер магазина знает, сколько тележек находится в торговом зале, и если их количество увеличилось, он открывает дополнительные расчетные узлы (кассы), чтобы не создавать очереди при оплате покупок.

Одним из направлений совершенствования обслуживания покупателей является использование компьютеров – PDA. Система PDA позволяет покупателям использовать компьютеры в поисках нужных товаров. Для этих целей можно применять компьютер «личный консультант» (Personal Shopping Assistant, PSA), который крепится к корзине, и постоянный покупатель опознается при входе в магазин. Покупатель входит в электронный список необходимых товаров в PDA. Разработанный список товаров реорганизуется с учетом эффективного маршрута для укладки в тележку товаров по списку. На «кассе» считывают штрих-коды товаров, затем список передается через инфракрасный порт в карманный компьютер, чтобы покупатель проверил сумму счета. Если все в порядке, покупатель возвращает список со своими платежными реквизитами, а в ответ получает электронную квитанцию, которую он использует для сведения баланса банковского счета.

Электронные рекламные дисплеи играют важную роль для покупателя при выборе товаров. Они расположены на стеллажах и полках в торговом зале и их задача – реклама представленной продукции. Иное назна-

чение имеют информационные терминалы, которые дают сведения покупателю о выбранном товаре: производитель, качество и характеристика товара, сроки годности, условия хранения, способ приготовления и потребления.

Использование инновационных технологий потребует существенных сдвигов в структуре торгового персонала предприятий, отказа от профессии «традиционного» продавца, резкого сокращения численности кассиров-контролеров, совершающих расчетно-денежные операции, за счет таких специалистов, как логисты, маркетологи, менеджеры, программисты, знающие специфику торговой отрасли и технические аспекты инновационных технологий продаж.

Определение числа работников массовых профессий в торговых предприятиях на основе технико-экономического нормирования труда, совершенствования организации торгово-технологических процессов, использования инновационных технологий в обслуживании покупателей будет способствовать эффективному использованию трудового потенциала персонала, рационализации затрат рабочего времени, оптимизации напряженности труда, росту его производительности и, как результат, повышению доходности торгового бизнеса в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соломатин А.Н., Харитонова Е.В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях торговли. СПб.: Изд-во СПбГЭИ, 2011. 67 с.
2. Технологии, которые меняют торговлю // Продвижение Продовольствия. Procl&Food. 2010. Март. № 3. С. 15–17.
3. Шакланова Р.И., Юсова В.В. Экономическое обоснование потребности в трудовых ресурсах и средствах материального стимулирования на макро- и микроуровнях торговой отрасли. СПб.: Изд-во СПбГЭИ, 2009. 70 с.
4. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли / под ред. А.Н. Соломатина. СПб.: Питер, 2010. 560 с.
5. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 26.03.2012)