

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ И СТРУКТУРНЫЙ КАПИТАЛ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ - ДИСКАУНТЕРОВ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.

Переход к рыночной экономике неразрывно связан с созданием современной конкурентоспособной торговой системы, ориентированной на рынок и коммерческую деятельность и нацеленной на раскрепощение экономической инициативы, максимальную мобилизацию ресурсов, использование различных форм товарного обращения. Торговля в новых экономических условиях предназначена решать не только проблемы распределения, но и осуществлять реальный товарно-денежный оборот и, таким образом, принимать активное участие в процессе современного расширенного воспроизводства.

В настоящее время торговая деятельность находится в стадии бурного развития, появление большого числа сбытовых и торговых сетей способствует расширению деятельности оптовых торговых компаний и производителей. Приход в Россию зарубежных торговых компаний кардинально изменил ситуацию на розничном рынке страны. Иностранцы сети розничного обслуживания, готовы предложить высокое качество обслуживания и достаточно низкие цены как на импортные, так и на отечественные потребительские товары. Например, по данным РосБизнесКонсалтинг компания Wolt Mart готова вложить в российский розничный рынок 600 млн. долларов США, а их оборот за 2003 г составил 18,4 млрд. долларов США. Эффективно конкурировать с подобными компаниями могут только достаточно мощные российские торговые организации. Именно отечественные динамично развивающиеся сети должны стать опорой российских производителей и основой удовлетворения потребительских ожиданий большинства покупателей, ориентирующихся на недорогие, но качественные товары.

Магазин нового типа должен сочетать доступность цен, широкий ассортимент наиболее популярных товаров, гарантии качества всех предлагаемых товаров и обслуживания, удобное расположение. Магазин такого

типа займет промежуточное положение между универсамом, и оптовым рынком. От первого его отличают продуманность ассортимента, отсутствие, характерной для универсамов цели удовлетворить любой, в том числе и достаточно экзотический, покупательский спрос и, как следствие, более низкие цены. От вторых - гарантированное, высокое качество обслуживания, товаров, безопасность совершения операций.

Магазины такого типа зародились в Германии и получили название «Дискаунтеров» – магазинов экономического класса, где благодаря существенному снижению затрат, в частности, на рекламное оформление, тщательно продуманным бизнес процессам и системе обучения персонала, достигаются большие обороты, позволяющие удерживать цены на стабильно низком уровне. В России организация торговли по такому принципу стала актуальна после двух кризисных волн 90^х годов. В Германии, на подобные магазины приходится сегодня более 40% общего товарооборота. Характерными чертами «дискаунтера» являются:

- Площадь торгового зала - 450 — 800 кв. м.
- Площадь склада, 100 — 250 кв. м.
- Количество кассовых узлов - 5 — 10.
- Количество позиций в ассортименте 1 — 2,5 тыс.
- Уровень цен - ниже среднего по рынку.
- Количество покупок в день - 1000 — 2500
- Оборот в месяц, тыс. долл. - 250 — 400.
- Численность персонала - 30 — 40.
- Отсутствие собственных производственных цехов под данной торговой маркой.

Дискаунтер ориентирован не только на слои населения с малыми доходами, но на всех граждан, не желающих «переплачивать» за товары повседневного спроса.

Главным конкурентным преимуществом дискаунтеров являются низкие, почти как на оптовом рынке, цены. Обеспечить такое ценовое лидерство дискаунтер может только за счет продуманной политики выбора поставщиков, получения достаточно больших оптовых скидок, что в свою очередь, становится возможным только при значительных объемах закупок. Это подразумевает непрерывное расширение сети магазинов, рост

количества клиентов, быструю обрачиваемость и минимизацию складских запасов.

Как и все торговые организации, дискаунтеры не относятся к числу предприятий с большими основными фондами, описанная же выше политика проведения торговых операций приводит и к сокращению их потребностей в оборотном капитале. С другой стороны, дисконтированные оценки стоимости таких компаний, как правило, дают величины, существенно превышающие балансовую стоимость их чистых активов. Это свидетельствует о том, что значительную часть рыночной стоимости дискаунтера составляет стоимость его структурного и человеческого капитала. По сути, это и неудивительно, поскольку данные компоненты капитала всегда существенны для высокотехнологичных компаний, а торговая сеть - дискаунтер как раз и является типичным примером высокотехнологичной компании в торговой сфере.

Фактической основой рыночной оценки дискаунтера становятся не только материальные факторы, но и интеллектуальный капитал, который включает человеческий (human capital) и структурный капитал (structural capital). Каждый из этих элементов порожден человеческими знаниями, их совокупность определяет скрытые источники ценности компании, наделяющие ее нетрадиционно высокой рыночной оценкой.

Человеческий капитал - воплощается в самих работниках компании и представляет совокупность их знаний, квалификации, инновационного стиля мышления, систему ценностей, культуры и философии компании, которые не могут быть скопированы или воспроизведены другой организацией.

Структурный капитал – включает в себя оборудование, корпоративную информационную систему и IT технологии и процессы, патенты, торговые марки и прочие организационные аспекты, обеспечивающие производительный труд работников. Оба перечисленных компонента обладают определенной степенью объективизации, отчуждаемы и воспроизводимы. Особенностью человеческого капитала, является то, что возможность компании распоряжаться им, ограничена. То есть, источником потенциала компании становится ресурс, которым она не в состоянии владеть. С этим фактором впервые столкнулись высокотехнологичные компании, например, фирмы разработчики программного обеспечения. Стремление обеспечить воспроизводство человеческого капитала, явилось, в част-

ности, одной из причин, стимулировавших создание специфической системы управления качеством в таких компаниях – CMM (Capability Maturity Model).

Вопросы, связанные с поддержанием целевого уровня человеческого и структурного капитала в компании дискаунтере, проведением их объективного измерения в условиях российского рынка, тесно связаны с созданием целостной системы управления корпоративными знаниями и обучением.

Эффективная работа и достижение конкурентных преимуществ в такой компании подразумевают создание логически непротиворечивых, согласованных и целостных структур, объединяющих в единую систему: организационную структуру компании, логистические цепочки добавления ценности, бизнес процессы, должностные инструкции, систему корпоративных знаний и корпоративного обучения. Обсуждению проблем организации такой системы и посвящена данная работа.

В работе также рассмотрены основные проблемы, возникающие при управлении человеческим и структурным капиталом в торговой компании дискаунтере. В частности, предложены методы их измерения и оценки, проведена классификация основных мероприятий, обеспечивающих достижение целевого уровня этих компонент капитала.