

УДК 331.108.24

**Хатулева Алена Андреевна**

студент, кафедра государственного управления
и управления человеческими ресурсами,
Байкальский государственный университет,
Иркутск, Россия
e-mail: alenakhatureva@gmail.com

АНАЛИЗ УРОВНЯ КОМПЕТЕТНОСТИ ПРОДАВЦОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ В КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье представлены результаты исследования уровня компетентности продавцов-консультантов в магазине «РИВ ГОШ», г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал». Проведенное автором стандартное интервью с сотрудниками и наблюдение за их работой позволило выяснить, что уровень профессиональной компетентности находится на уровне ниже среднего.

Ключевые слова: компетентность, оценка компетенций, компетентностный подход, розничная торговля, продавцы-консультанты.

Alena A. Khatuleva

Student, Department of Public Administration
and Human Resource Management,
Baikal State University, Irkutsk, Russia

ANALYSIS OF THE LEVEL OF COMPETENCE OF SELLERS-CONSULTANTS IN A CLIENT-ORIENTED COMPANY

Abstract. The article presents the results of a study of the competence level of sales consultants in the RIV GOSH store, Irkutsk, Fashionable Quarter shopping center. The author conducted a standard interview with employees and monitoring their work revealed that the level of professional competence is below average.

Keywords: competence, competency assessment, competency-based approach, retail, sales consultants.

Рост числа публикаций, изучающих разнообразные аспекты компетентности персонала, подтверждает актуальность исследований компетенций сотрудников в организациях различных отраслей и размеров. Происходящие изменения в развитии организаций убедительно доказывают, что современные специалисты должны обладать значительно большими возможностями и ресурсами для эффективной деятельности. Часто понятие «компетентность» отождествляют с понятием «профессионализм» и все чаще используют словосочетание «профессиональная компетентность». Однако необходимо четко определить, как связаны

понятия «компетентность», «профессионализм» и «профессиональная компетентность».

Согласно определению Э.Ф. Зеера, компетентность – это глубокое, полное знание выполняемой работы, способа, и методов достижения целей, а также наличие знаний, умений и навыков для успешного выполнения поставленных целей. [5, с. 94]. Существует множество подходов к определению понятия «профессиональная компетентность», что говорит о широте его трактования в профессиональном смысле. Кузьмина Н.В. утверждает, что профессиональная компетентность является видом психологической компетентности, а она в свою очередь, представляет собой проработанную систему знаний о человеке [3, с. 50]. А Маркова А.К. разделяет профессиональную компетентность на 5 видов: специальная компетентность (владение собственно профессиональной деятельностью на достаточно высоком уровне, способность проектировать свое дальнейшее профессиональное развитие); социальная компетентность (совместная (групповая, кооперативная) профессиональная деятельность, сотрудничество, владение принятыми в данной профессии приемами профессионального общения, социальная ответственность за результаты своего профессионального труда); личностная компетентность (владение приемами личностного самовыражения и саморазвития, умение противостоять профессиональной деформации); индивидуальная компетентность (владение приемами самореализации и развития индивидуальности в рамках профессии, готовность к профессиональному росту, способность к индивидуальному самосохранению, неподверженность профессиональному старению, умение организовать рационально свой труд без перегрузок); экстремальная профессиональная компетентность (человек готов к работе во внезапно усложнившихся условиях деятельности) [4, С. 72]. Деркач А.А. дает характеристику четырем видам: профессионально-правовая компетентность (знание законодательства о труде и нормативных актов, распорядительных документов службы занятости на всех ее уровнях, методических материалов по профессиональному консультированию и пр.); профессиологическая компетентность (система знаний о различных профессиях, требованиях, предъявляемых ими к субъекту труда, общей и специальной профессиональной подготовке, факторах профессионального развития, видах профессиональной деформации личности и пр.); социально-перцептивная компетентность (так как деятельность профконсультанта относится к системе «человек-человек», то необходима система знаний о типах личности, детерминантах поведения и отношений, восприятии и понимании человека человеком и пр.); коммуникативная компетентность (в виду того, что деятельность профконсультантов осуществляется в процессе общения, необходимы знания различных форм межличностного общения, методов психологического воздействия, особенностей их применения) [1, с. 71].

Согласно определению Ю.Н. Емельянова, компетентность – это уровень обученности социальным и индивидуальным формам активности, которая позволяет индивиду в рамках своих способностей и статуса успешно функционировать в обществе [2]. Понятие «профессионализм» трактуется как высокое мастер-

ство, глубокое овладение профессией, качественное, профессиональное исполнение [6]. Таким образом, исходя из данных определений, можно сделать вывод, что профессиональная компетентность – это высокий уровень овладения профессией, который позволяет успешно развиваться индивиду в организации.

Для клиентоориентированной организации профессиональная компетентность сотрудников является залогом ее успеха. Под клиентоориентированной организацией будем понимать компанию, для которой отношения с покупателями имеет первостепенное значение, где сотрудники фокусируются на помощи клиентам и удовлетворении их потребности и желания [7].

Объектом исследования выступает компания «РИВ ГОШ» г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал» – это розничная клиентоориентированная компания по продаже парфюмерии и косметики. Одна из главных целей компании – удовлетворять долгосрочные потребности клиентов, а не продать больше. Покупатель вернется только в такую компанию, которая будет фокусироваться на покупателе, на его выгоде, на предоставлении квалифицированных консультаций и приятном сервисе. Предметом исследования выступает компетентность продавцов-консультантов.

Методика исследования. Исследование проводилось в магазине «РИВ ГОШ», г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал». Оно было направлено на продавцов-консультантов, численность и стаж работы представлен в табл. 1.

Таблица 1.

Распределение продавцов-консультантов по возрасту и стажу работы за 2018г.*

	Стаж работы		Возраст	
	Количество сотрудников, чел.	Стаж работы, лет.	Количество сотрудников, чел.	Возраст, лет
Продавцы-консультанты	1	До 1 года	2	До 22 года
	3	1-2 года	3	22-25 лет
	5	2-3 года	4	25-30 лет
	1	3-4 года	1	30-35 лет

* Составлена автором по данным ООО «АромаЛюкс» по состоянию на 20.06.2019 г.

В качестве методов исследования были выбраны стандартное интервью и наблюдение. Стандартное интервью относится к количественным методам, то есть результаты можно рассчитать в количественном эквиваленте, а наблюдение – к качественным.

Вводная часть интервью направлена на исследование у сотрудников знания технологии продажи: продавец-консультант должен описать этапы продажи. После этого начинается основная часть интервью, которая разделена на несколько блоков: «Декоративная косметика», «Уход за кожей лица», «Парфюмерия». Каждый блок состоит из следующих сегментов, знание которых необходимо для успешной работы в магазине: «основные вопросы», носят теоретический характер (например, какие декоративные средства входят в сегмент «лицо», опишите их свойства и т.д.); «ориентирование в магазине» – вопросы по ассортименту магазина (например, покупатель пользовался средством Touche Eclat от

YSL. Предложите альтернативы); «ситуации» – ситуационные вопросы на выявление креативности мышления (например, клиентка хочет помаду, которая будет универсальна для разных случаев).

Ответы фиксируются интервьюером, возможно дополнительное обсуждение вопросов и ответов продавца-консультанта. Вопросы из интервью выбираются продавцом-консультантом в виде билетов. Интервью считается успешно пройденным, если на все 10 вопросов продавец-консультант ответит правильно.

Процесс наблюдения осуществляется интервьюером в процессе работы продавца-консультанта. Наблюдение фиксируется в виде таблицы, где проставляются баллы. Данные параметры позволят составить слабые стороны продавца-консультанта, а также выделить слабые стороны. Баллы нужно распределить следующим образом: 1 – такое поведение не выражено вообще; 2 – такое поведение выражено, но частично или полностью; 3 – поведение проявляется в полной мере. В каждой графе необходимо проставить цифры во время наблюдения за работой с покупателем продавца-консультанта.

Результаты исследования. Данное исследование проводилось в июне 2019 года в магазине «РИВ ГОШ», г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал» на протяжении одного месяца. Приняло участие 10 продавцов-консультантов.

На основании проведенного исследования выяснилось, что 40%, то есть 4 продавца-консультанта прошли успешно интервью и смогли ответить на все 10 вопросов, также 3 (30%) продавца-консультанта ответили успешно на 7 вопросов, что является нормальным результатом, но все равно требуют пересдачи у интервьюера. А остальные 3 (30%) продавца-консультанта не прошли проверку на интервью, ответили на 5 и меньше вопросов успешно (рис. 1).

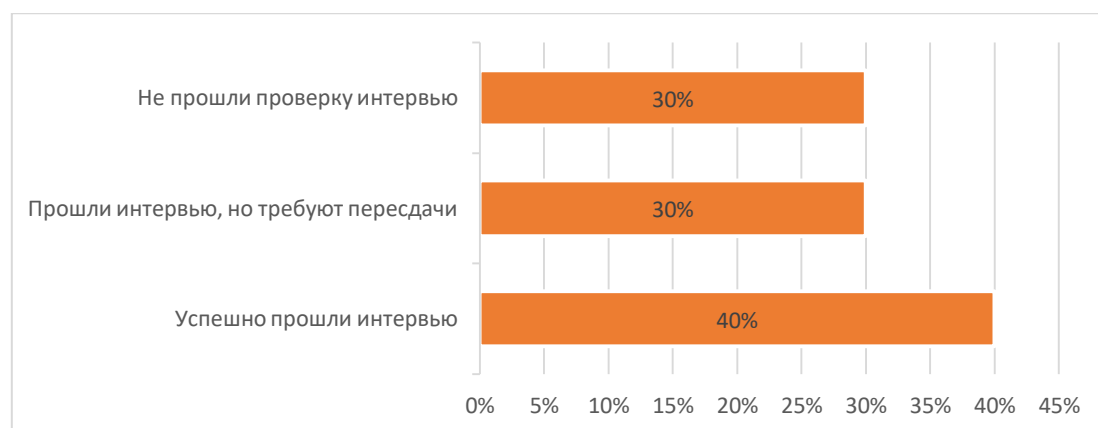


Рис. 1. Результаты проверки интервью продавцов-консультантов магазина «РИВ ГОШ», г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал»*

*Составлено автором

40% продавцов-консультантов прошли успешно интервью, ответив на 10 вопросов полностью и совершенно правильно, это говорит о том, что данные сотрудники хорошо подготовились к проверке, а также эти сотрудники показывают хорошие продажи в магазине. 30% сотрудников успешно ответили на 6-7 вопросов, но пройденным данное интервью не считается. Данным сотрудникам необ-

ходимо подтянуть знания в некоторых сферах – вопросах по парфюмерии и ситуациях. Также 30% сотрудников ответили на 4-5 вопроса успешно, но все равно требуют пересдачи данного интервью, так как данные ответы не были верными.

Вторым этапом проверки компетентности продавцов-консультантов является наблюдение. Данная процедура проводится во время работы продавца-консультанта, а проверяющий стоит неподалеку и слушает контакт, параллельно записывая ответы в графу. Максимальный балл – 20, состоит из максимального количества баллов за каждый пункт. Если продавец-консультант получает 20-17 баллов (85-100%), то это значит, что анкетирование прошло успешно. 15-17 баллов (75-85%) – удовлетворительный результат, проверяющий выдает продавцу-консультанту лист, где перечислены слабые стороны, которые необходимо устранить. 10-15 баллов (50-75%) является недопустимым результатом. Продавец-консультант пересдает еще раз проверку по проработанным слабым зонам.

На основании наблюдения выяснилось, что всего 2 сотрудника (20%) успешно сдали проверку и набрали 17 баллов (85%) правильных ответов. 3 человека (30%) набрали 15 баллов (75%), а остальные 5 сотрудников набрали меньше 10 баллов (50%), что является недопустимым результатом (рис. 1.2).

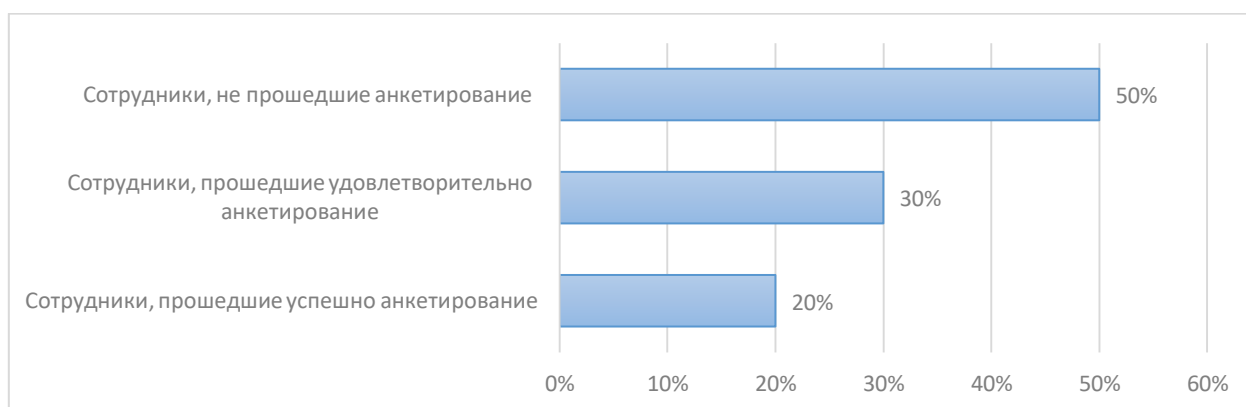


Рис 2. Результаты проверки наблюдением продавцов-консультантов
«РИВ ГОШ», г. Иркутск, ТРЦ «Модный квартал» *

*Составлено автором

Половина продавцов-консультантов 5 сотрудников (50%) не прошли проверку, а так как наблюдение направлено не на профессиональные знания о товаре, а больше на общую компетентность, можно сделать вывод, что даже при полном знании продукта, нельзя успешно продавать товар. Именно эти данные говорят о том, что в компании не ведется работа по развитию общей компетентности, продавец-консультант может быть субъективен как к продукту, так и к самому покупателю, что является недопустимым. И всего 2 сотрудника прошли успешно данную проверку и показали достойный результат, продавая не только ходовой товар, но и специфичный.

Также необходимо заметить, что полученные данные являются очень важными для магазина, так как непосредственно связаны с продажами, а значит с эффективностью и рентабельностью магазина. Для улучшения такой плачевной

