

Некоторые аспекты подготовки кадров для розничной торговли

В настоящей статье проведен анализ основных причин, обуславливающих необходимость подготовки специалистов розничного торгового предприятия. Выделены основные требования к работникам, предъявляемые сегодня. Представлены возможные формы обучения персонала для потребностей предприятий, с учетом их достоинств и недостатков.

Розничная торговля на сегодняшний момент является наиболее динамично развивающейся отраслью, и мнение большинства экспертов сводится к тому, что лидирующие позиции сохранятся еще не один год. По данным Федеральной Службы Государственной статистики в 2007 г. оборот розничной торговли РФ возрос на 15,2% по сравнению с предыдущим годом и составил 10757,8 млрд. рублей. Но кроме роста объема товарооборота изменился структурный состав самой розничной торговли (так, на 15,3 % сократилась доля розничных рынков в общем обороте розничной торговли, в результате чего обострилась конкуренция между предприятиями).

То есть, несмотря на благоприятную в целом ситуацию для развития отрасли, каждое из предприятий обязано заблаговременно заботиться о перспективах своего дальнейшего развития и путях повышения конкурентоспособности.

Целью деятельности подавляющего большинства предприятий в условиях рыночной экономики является получение и максимизация прибыли, для достижения которой, безусловно, необходимо рациональное и эффективное использование всех ресурсов, имеющихся в наличии (материальных, финансовых, товарных, трудовых.)

Под трудовыми ресурсами торгового предприятия понимается совокупность занятых на нем работников независимо от характера выполняемой ими работы.

Очевидно, что для выполнения работниками своих профессиональных обязанностей с надлежащим качеством требуется наличие определенных теоретических знаний и умение применять их практически в конкретных ситуациях. Совершенствование торгово-технологических процессов, постоянно обновляемое оборудование, рост объемов реализации товаров во многом определяют требуемый уровень подготовки персонала. С каждым годом возрастает объем и диапазон требований к профессиональным навыкам работника. Это является одной из причин, которая вынуждает руководство предприятия любого формата (начиная от бутика и заканчивая торговым комплексом) заниматься подготовкой и повышением квалификации персонала организации.

Как было отмечено в докладе руководителя Департамента потребительского рынка и услуг Правительства Москвы В.И.Малышкова на кон-

ференции "Розничная торговля в России и странах СНГ" 19-20 марта 2003 года, «...перемены в организации и технологии торговли определили новые требования к профессиональному уровню работников предприятий. Более того, появились ряд новых профессий, которых раньше не было, - маркетолог, мерчандайзер и другие. Поэтому вопросы подготовки кадров для отрасли и повышения их квалификации приобрели особую значимость в нашей работе...»

Структурные изменения, происходящие в отрасли, – в первую очередь увеличение числа розничных торговых сетей - также вносит определенную специфику в требования, выдвигаемые к специалистам. Сегодня то предприятие получает конкурентное преимущество, чьи работники могут оперативно решать задачи, стоящие перед компанией и принимать решения в жестком лимите времени.

На сегодняшний день подготовкой кадров для потребительского рынка и сферы услуг, занимается 51 учреждение профессионального образования. В их структуре -9 учреждений торгового профиля с контингентом около 5,0 тыс. чел., 19 учреждений сферы питания с контингентом свыше 7,0 тыс. чел., 23 учреждения бытовых услуг с контингентом 4,5 тыс. чел. Всего обучается свыше 16,5 тыс. учащихся по 29 профессиям, в том числе 3,6 тыс. чел. - по профессиям рыночной экономики.

Для удовлетворения потребностей в работниках на предприятиях отрасли этого не достаточно, кроме того, не всегда уровень квалификации выпускаемых специалистов соответствует требованиям работодателя. Поэтому во многих компаниях успешно развивается система внутрикорпоративного обучения. Так, например, в ряде ведущих компаний существуют свои центры по обучению сотрудников: "Перекресток", "Седьмой Континент", "Пятерочка", "М-Видео" и др.

Для достижения целей, стоящих перед компанией, применяются различные типы обучения персонала: например, возможно применение таких методов, как наставничество (повышение уровня у более квалифицированного работника), использование рабочих инструкций в качестве варианта самостоятельной подготовки, использование различных стендов и тренажеров, имитирующих различные ситуации, командировка в другие организации (филиалы и другие структурные подразделения). Обучение с отрывом от производства предполагает обучение на различных курсах повышения квалификации, участие в специализированных тренингах.

Каждый из предлагаемых способов обладает своими преимуществами и недостатками.

Организация подготовки персонала в собственном учебном центре компании имеет следующие несомненные преимущества:

- подготовка специалиста строго определенной направленности с расстановкой акцентов на самых актуальных для компании задачах;
- оптимальный выбор соотношения теории и практических занятий;
- сокращение финансовых затрат на подготовку персонала;

- сокращение периода подготовки, возможность организации обучения «без отрыва от производства» или с частичным отрывом.

Недостатком внутрикорпоративной подготовки, несомненно, является замкнутость и отсутствие контакта с коллегами из других организаций, «конкурентной разведки» и возможности обобщения опыта организации их деятельности, необходимость подбора компетентного обучающего персонала и формирования специализированных учебных площадей.

При обучении в различных учебных заведениях с целью повышения квалификации становится возможным диалог и обмен опытом с коллегами. Однако, это требует определенных временных затрат и сужает возможность выбора дифференцированного подхода к обучению в плане комплектации однородных групп. Редко какое учебное заведение формирует учебные группы по направлениям узкой специализации. А ведь крайне важной является специфика работы в конкретной хозяйственной ситуации. Необходимо исследование различных вопросов и приобретение практических навыков в зависимости от формата торгового предприятия, от складывающейся конъюнктуры, от особенностей технологии и т.п.

В таких случаях существуют возможности подготовки персонала «на заказ», когда компания-заказчик обращается в некое учебное заведение или консалтинговую компанию с целью разработки определенной программы обучения, охватывающей именно спектр первостепенных для компании вопросов. Как правило, эта услуга является достаточно дорогостоящей, но, по нашему мнению, именно в этом случае отдача от подготовки специалиста может иметь максимальный эффект.

Другой стороной вопроса подготовки персонала розничного торгового предприятия является, конечно, заинтересованность сотрудника в обучении. Профессиональное обучение может выступать фактором карьерного роста. Во вторых, подготовка персонала может выступать элементом социальной политики предприятия и системы стимулирования труда. Кроме того, все это является необходимым элементом формирования корпоративной культуры компании. Обучение персонала повышает имидж компании в глазах сотрудников.

С этой точки зрения вложение средств в обучение, повышение квалификации и подготовку персонала розничного торгового предприятия является долгосрочным инвестиционным вложением, которое обеспечивают во временном интервале свою окупаемость и эффективную деятельность предприятия.

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. - 2-е изд. – Киев: Эльга: Ника-Центр, 2006. – 780 с.
2. Организация и управление торговым предприятием: Учебник/ под ред. проф. Л.А.Брагина, проф. Т.П.Данько. – М.:ИНФРА-М, 2005 – 303 с.
3. Лукичева Л.И. Управление организацией. - 4-е изд. М.: Омега-Л, 2008
4. Персонал розничных торговых сетей – тенденции года // «Sales business./Продажи», № 02, 2006.
5. <http://www.gks.ru/>
6. <http://www.retail.ru/>