

Романенко Т.Э. Личностно-профессиональная пригодность менеджеров по продажам косметических средств // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 273-эл. – 0,4 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9.07

Романенко Татьяна Эдуардовна,

Студентка 2 курса магистратуры, факультета психологи,
очной формы обучения,

Батищев В.Н.- кандидат психологических наук, доцент Московский
Государственный Областной Университет

ledy_his_lady@mail.ru

ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРИГОДНОСТЬ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема психологического отбора менеджеров по продажам в производственной косметической компании. Особое внимание уделено личностно-профессиональным важным качествам. Рассмотрены особенности профдеятельности менеджеров по продажам, влияющих на успешное выполнение поставленных задач.

Ключевые слова: профессиональный психологический отбор, профессионально важные качества, особенности профессиональной деятельности менеджеров по продажам производственной косметической компании.

Romanenko Tatyana Eduardovna,

A student of the 2nd course of the master's degree, the faculty of psychology,

Full-time education,

Batishchev VN- candidate of psychological sciences, associate professor

Moscow State Regional University

Ledy_his_lady@mail.ru

PERSONAL-PROFESSIONAL SUITABILITY OF MANAGERS FOR SELLING COSMETICS

Annotation: This article deals with the problem of the psychological selection of sales managers in a manufacturing cosmetics company. Particular attention is paid to personal and professional important qualities. The peculiarities of the professional activity of sales managers, wagging on the successful accomplishment of the assigned tasks, are considered.

Key words: professional psychological selection, professionally important qualities, peculiarities of professional activity of sales managers of a production cosmetic company.

Актуальность психологического отбора персонала обусловлена тем, что процессы трансформации, в которые включена сегодня любая организация или производственная компания, невозможны без изменения требований к персоналу. Обостренная конкуренция на рынке услуг, совершенствование технологий и необходимость освоения нововведений, борьба за потребителя и приоритетность вопросов качества продукции повысили значимость отношения к труду и высокого профессионализма, заставляют руководителей предприятий по-новому смотреть на процедуру

психологического отбора персонала, задумываться о его важно, целях и задачах, которые решаются при помощи усовершенствованной системы отбора.

Сегодня, главная цель психологического отбора персонала - это принятие на работу компетентных и заинтересованных сотрудников, обладающих всеми необходимыми профессиональными, физическими и психологическими качествами и свойствами для выполнения успешной трудовой деятельности, что позволит предприятию достичь лучших результатов: увеличить доход и закрепиться на рынке.

Именно по этой причине, современные компании, занимающиеся производством продукции должны быть обеспечены высококвалифицированными специалистами в области продаж, которые смогут найти индивидуальный подход к любым клиентам. Залог успеха и процветания любой компании зависит напрямую от эффективности ее деятельности и от персонала, которые отвечают за нее. Поэтому перед предприятием становится такая проблема как отбор персонала. Помимо того, что сотрудники должны быть квалифицированными специалистами в их задачи входит умение быть гибкими, целеустремленными, умение решать поставленные задачи и добиваться целей, поставленных предприятием.

Работа менеджера по продажам в производственной косметической компании, сама по себе имеет свою особенность и специфику: умение продвигать и представлять клиентам особенности торговой марки, совершенствовать и применять инновационные технологии в сфере продаж косметических товаров, проведение переговоров и т.д. Для того чтобы успешно справляться с поставленными задачами и выполнять план продаж персонал должен обладать определенным набором профессионально

важных качеств (ПВК) и психологическими особенностями. Успешность и процветание зависит от правильно выбранной стратегии развития предприятия и от системы профессионально психологического отбора персонала (ППО), осуществляющего свою деятельность непосредственно внутри организации.

А.В. Бодров определяет профессиональную пригодность как совокупность индивидуальных особенностей человека, влияющих на успешность освоения какой-либо трудовой деятельности и эффективность ее выполнения. Она отражает реальный уровень развития профессионально значимых качеств для конкретной деятельности, которые формируются и проявляются на этапах жизненного и профессионального пути. [1]

А. К. Маркова предлагает рассматривать профессиональную пригодность менеджеров с точки зрения наличия компетентности по результатам труда человека, то есть каждый работник компетентен в той степени, в какой выполняемая им работа отвечает требованиям, предъявляемым к конечному результату данной профессиональной деятельности.

Профессиональная пригодность менеджеров по продажам определяется через наличие тех или иных профессионально-важных качеств, необходимых для успешной реализации трудовой деятельности.

Профессионально важные качества (ПВК) – это личностно индивидуально–психологические качества и свойства личности, определяющие возможность успешного выполнения профессиональных обязанностей, а раздел профессиограммы, в котором содержится информация о ПВК, принято называть психограммой. [6]

Моделирование ЛПП может состоять, по крайней мере, из шести этапов: 1. Концептуально-теоретическое моделирование предполагает

создание целостной теории личностно-профессиональной пригодности и спецификации в рамках оценки личностной предрасположенности сотрудника к определенной деятельности на уровне общего, особенного и индивидуального. 2. Предметно-содержательное моделирование исходит из образа личности сотрудника в виде профессиональных требований, качеств, компетенций и пр.

1. Инструментально-методическое моделирование – совокупность методик оценки ЛПП.

2. Формально-математическая модель в виде уравнения множественной регрессии оптимизирует систему валидации методов, формирует технологию личностно-профессиональной диагностики и обеспечивает разработку диагностической тестовой батареи.

3. Интерпретационное моделирование – это форма принятия решения об уровне пригодности кандидатов на службу.

4. Организационная модель – структура процесса личностно-профессиональной диагностики. [3]

Исследование ПВК менеджеров по продажам в производственной косметической компании началось с изучения предъявляемых требований к кандидатам на должность менеджера отдела продаж, должностных инструкций и выполняемых функций.

Основные требования и обязанности предъявляемые к успешному кандидату:

Требования: опыт работы в должности регионального торгового представителя в косметической компании от 1 года, знание и понимание рынка косметики/бытовой химии.

Обязанности: развивать продажи на базе существующего дистрибутора (в оптовом и розничных каналах); ежемесячно планировать

показатели представленности ключевых товарных групп по закрепленной территории; Выполнять план продаж по клиентской базе регионального торгового представительства и закрепленной территории; Разрабатывать планы продаж новых территорий, привлекать новых клиентов; Расширять представленность продукции компании на рынке региона; Подключать новых клиентов на прямые отгрузки и через дистрибуторов; Проводить рабочие встречи и переговоры с ключевыми клиентами; Передавать заказ дистрибутору и отслеживать выполнения заказа (отгрузки); Размещать продукцию на прилавках розничной точки согласно стандарту мерчендайзинга компании; Осуществление аудита представленности ключевых торговых марок на полках и прилавках розничных точек на закрепленной территории; Осуществлять контроль за состоянием дебиторской задолженности по клиентской базе регионального торгового представительства; Вести отчетность.

После успешного прохождения всех этапов собеседования, кандидат принимается на работу с испытательным сроком 3 месяца. После 3ех месяцев работы подводится итог об эффективности деятельности нового сотрудника.

Основными критериями эффективности служат: 1) показатели по ежемесячным объемам продаж (показатель не должен быть меньше 60% от установленного плана продаж); 2) успешное привлечение новых контрагентов (клиентов); 3) увеличение представленного ассортимента косметической продукции в уже отработанных масс-маркет сетях.

На основе изученных должностных инструкция и компетенций менеджеров по продажам были выявлены следующие основные функции менеджерами по продажам: 1) разработка схемы, форм, методов и технологии продаж товаров, продвижения товаров на рынок; 2) разработка

и организация проведения предпродажных мероприятий по созданию условий для планомерной продажи товаров, удовлетворения спроса покупателей на товары; 3) осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценивание степень возможных рисков; 4) изучение рынка товаров (анализ спроса и потребления, анализ деятельности конкурентов) и тенденции его развития; 5) организация сбора информации о спросе на товары, причинах его изменения (повышения, понижения), анализ потребностей покупателей. 6) выявление наиболее эффективных секторов рынка для продажи товаров, разработка комплексов мероприятий по использованию возможностей рынка товаров и т.д.; 7) обеспечение исполнения планов продаж; 8) способность вести переговоры о совместной работе, согласовывает условия, заключает договора на продажу; 9) выполнение функции контроля над организацией поставок товаров партнерам в соответствии с их заказами в рамках имеющихся планов и заключенных договоров; 10) контроль над соблюдением клиентами условий договоров. 12) написание и предоставление регулярных отчетов руководству.

К основным особенностям профессиональной деятельности менеджера по продажам на предприятии по производству косметических средств относится: 1) повышенная ответственность субъекта управления за последствия принимаемых решений; 2) влияние личных качеств менеджера на содержание решения; 3) повышенные требования к уровню профессионализма, к нравственным и деловым качествам; 4) интенсивность контактов субъекта управления с другими людьми; 5) значительный конфликтный потенциал во взаимодействии менеджера и клиента.

По проведенной аналитической работе по изучению персонала предприятий по производству косметической продукции, можно сделать вывод о том, что для успешного осуществления системы профессионального психологического отбора нужно выявить ПВК менеджеров по продажам, провести этап профессиографию и создать модель эффективного ЛПП который будет советовать всем основным специфическим требованиям организации

В ходе изучения и анализа должностных компетенций и инструкций, выполняемых менеджерами по продажам в производственной косметической были выявлены следующие основные функции менеджерами по продажам: 1) разработка схемы, форм, методов и технологии продаж товаров, продвижения товаров на рынок; 2) разработка и организация проведения предпродажных мероприятий по созданию условий для планомерной продажи товаров, удовлетворения спроса покупателей на товары; 3) осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценивание степень возможных рисков; 4) изучение рынка товаров (анализ спроса и потребления, анализ деятельности конкурентов) и тенденции его развития; 5) организация сбора информации о спросе на товары, причинах его изменения (повышения, понижения), анализ потребностей покупателей. 6) выявление наиболее эффективных секторов рынка для продажи товаров, разработка комплексов мероприятий по использованию возможностей рынка товаров и т.д.; 7

Для выявления ПВК менеджеров по продажам была подобрана группа экспертов, в которую вошли директор коммерческого отдела, заместитель коммерческого директора и 8 менеджеров по продажам, опыт работы которых составил от 5 до 7 лет непосредственно в самой организации и

более 15 лет в должности «менеджер по продажам». Экспертной группе была предложена профессиографическая анкета В.П. Петрова (модификация Липмана) [56 с.200-204], в которой эксперты оценивали важность личностно-профессиональных качеств по пятибалльной шкале.

Проведенный профессиографический анализ менеджеров по продажам методом экспертной оценки позволил рассчитать средние показатели и выделить основные структурные элементы личностно-профессионального профиля и распределить их по группам

Таблица 1

Профессионально-важные качества менеджеров по продажам

Речемыслительные качества (РМК)		
1	Стратегическое мышление	4,2
2	Интеллектуальность мышления	4,2
3	Умение четко и кратко формулировать информацию	4,8
4	Эрудированность	4,4
5	Способность убеждать людей	4,7
6	Аналитическое мышление	4,9
Эмоционально-волевые качества (ЭВК)		
7	Эмоциональная стабильность	4,2
8	Решительность	4,2
9	Способность к волевому саморегулированию	4,2
10	Сохранение работоспособности при развивающемся утомлении	4
11	Способность к распределению внимания между несколькими объектами или видами деятельности	4,5
Коммуникативные качества (КК)		
12	Способность аргументировано отстаивать свое мнение	4,3

13	умение грамотно выражать свои мысли	4,7
14	Способность устанавливать контакты с людьми, убеждать людей	4,4
Деловые качества (ДК)		
15	Уверенность в себе	4,3
16	Организованность, самодисциплина	4,5
17	Пунктуальность	4,6
18	Стремление к профессиональному совершенствованию	4,4
19	Адекватная самооценка	4,5
20	Инициативность	4,9
21	Предусмотрительность	4,9
22	Целеустремленность	4,5
23	Умение решать проблемные ситуации в короткие сроки	5
24	Организаторские способности	5
25	Умение правильно и эффективно распределять время	4,6
26	Умение быстро ориентироваться в событиях	4,4

В результате проведенного профессиографического исследования качеств было выделено 26 профессионально-личностных качеств менеджеров по продажам (см. приложение 2), работающих в производственной косметической компании, влияющих на успешное выполнение служебных обязанностей. Далее выделенные ПВК были распределены по структурным элементам ЛПП, которые в сумме должны составить 1.

Рассчитаем доли (%) каждого структурного элемента ЛПП: РМК= $6 \cdot 1/26$, РМК= 0,23; ЭВК= $5 \cdot 1/26$, ЭВК= 0,2; КК= $3 \cdot 1/26$, КК=0,11; ДК= $12 \cdot 1/26$, ДК=0,46 После определения вклада каждого модуля,

составлена следующая предметно-содержательная модель личностно-профессиональной пригодности менеджера по продажам косметических средств:

$$\text{ЛПП} = 0,23\text{РМК} + 0,2\text{ЭВК} + 0,11\text{КК} + 0,46\text{ДК}$$

ПВК менеджеров по продажам, выделенных при помощи экспертной оценки, были проранжированы по значимости и представлены на рисунке 1



Рис. 1. Результаты ранжирования профессионально–личностных важных качеств менеджеров по продажам

Уверенность в себе (1); организованность, самодисциплина (2); пунктуальность(3), педантичность (4); способность аргументировано отстаивать свое мнение (5); адекватная самооценка (6); эмоциональная стабильность (11); решительность (15); способность к волевому саморегулированию (18); инициативность (7); предусмотрительность (12); целеустремленность (16); организованность, самодисциплина(19); эрудированность (22); умение понять клиента и найти к нему подход, умение грамотно выражать свои мысли (8); ассоциативность сохранение работоспособности при развивающемся утомлении (13); способность к распределению внимания между несколькими объектами или видами деятельности (17); организаторские способности (20); умение решать проблемные ситуации в короткие сроки (23); аналитическое мышление (24); умение быстро ориентироваться в событиях (25); умение правильно и эффективно распределять время (26); стратегическое мышление, интеллектуальность мышления (9); способность устанавливать контакты с людьми, умение быть интересным для собеседника (10); способность убеждать людей (14); умение четко и кратко формулировать информацию (21).

Из рисунка видно, что самые важные качества у менеджеров – это способность к распределению внимания между несколькими объектами или видами деятельности, способность к волевому саморегулированию,

инициативность, умение понять клиента и найти к нему подход, умение правильно и эффективно распределять время, стратегическое мышление, интеллект. Менее важные качества менеджеров по продажам косметических средств – это самодисциплина и способность убеждать людей.

Для диагностики ПВК был подобран метод тестирования менеджеров по продажам в производственной косметической компании. Проведенное исследование по опроснику «Коммуникативные и организаторские склонности (КОС)» выявил уровень коммуникативных и организаторских способностей менеджеров по продажам производственной косметической компании. Результаты по методике КОС представлены на рисунке 2.

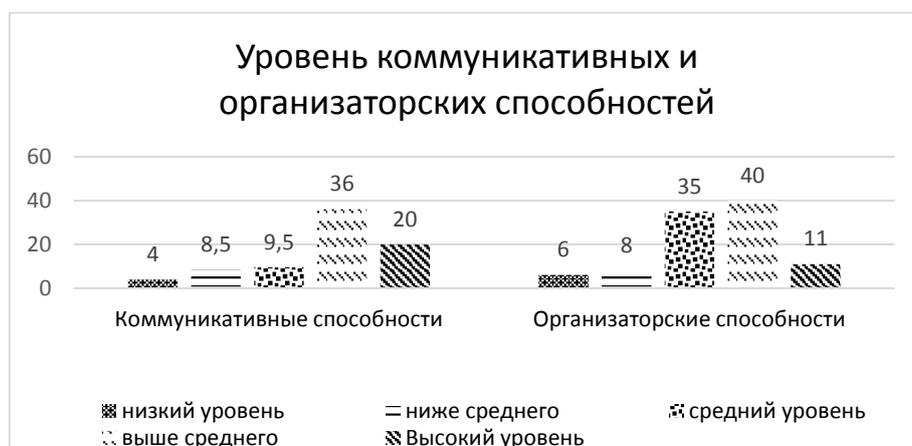


Рис. 2. Результаты исследования коммуникативных и организаторских склонностей менеджеров по продажам косметических средств (%).

Из диаграммы видно, что у 36% процентов менеджеров по продажам уровень коммуникативных качеств выше среднего, 20 % обладают высоким уровнем коммуникативных способностей, 9,5% – менеджеров по продажам обладают средним уровнем коммуникативных способностей, у 8,5 % наблюдается уровень ниже среднего, у 4% менеджеров выявлен низкий уровень коммуникативных способностей. В общей сложности 56%

менеджеров из 100% показывают уровень выше среднего коммуникативных и организаторских склонностей.

У 40 % менеджеров по продажам был выявлен уровень выше среднего по шкале организаторских способностей. Из 70 менеджеров по продажам 35% менеджеров – обладают средним уровнем, 11% – высоким уровнем организаторских способностей, у 8% был выявлен уровень ниже среднего и 6% менеджеров показали низкий уровень организаторских способностей.

Проведенное исследование по тесту «Краткий Ориентировочный Тест (КОТ)» В.Н. Бузина, Э.Ф. Вандерлика помог выявить общий уровень умственных способностей менеджеров по продажам косметических средств, работающих в производственной косметической компании. Результаты диагностики по методике КОТ представлены на рисунке 3.

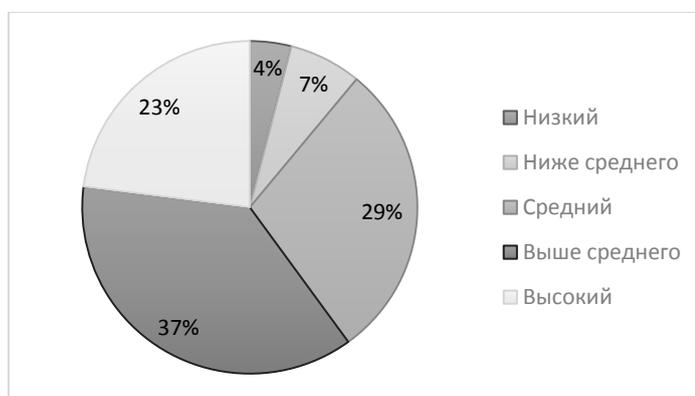


Рис. 3. Результаты исследования умственных способностей менеджеров.(%)

Из рисунка 3 видно, что у большинства менеджеров по продажам (37%) общие умственные способности развиты выше среднего уровня, у 29% исследуемых средний уровень, 16% менеджеров обладают высокими умственными способностями, 7% менеджеров уровень ниже среднего и 4% – низкий уровень. Таким образом, можно сделать вывод, что большая часть

(89%) менеджеров по продажам обладают хорошо развитыми общими умственными способностями.

Таким образом, был проведен анализ должностных инструкций и компетенций менеджеров по продажам косметических средств, выявлены основные функции, необходимые ПВК, рассмотрен один из методов исследования менеджеров.

Список использованной литературы:

- 1) Бодров В.А. Психологический стресс: развитие и преодоление М., Изд-во ПЕР СЭ, 2006. – 527 с.
- 2) В. Управление персоналом: Теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе: Учебно-практическое пособие / Т.В. Лукьянова. - М.: Проспект, 2012. - 72 с.
- 3) Караваев А.Ф., Крук В.М., Носс И.Н., Виноградов М.В. Проблемы личностно-профессиональной диагностики в профотборе кандидатов на службу в органы внутренних дел и оценки надежности сотрудника// Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2016.- №3 с. 62–113.
- 4) Карпов А.В. Понятие профессионально важных качеств деятельности // Психология труда: Пособие для студентов высш. учебн. заведений / Под ред. А.В. Карпова. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 352 с.
- 5) Ксенофонтова, Е. Ассесмент-центр: что это?/ Е. Ксенофонтова // Управление персоналом. – 2007. – № 12. – с. 26-30.
- 6) Словарь / под. ред. А.Л. Венгера // Психологический лексикон; Энциклопедический словарь: в 6 т./ ред.–сост. Л.А. Карпенко / под общ. ред. А.В. Петровского. М.: ПЕР СЭ, 2006. - 176 с.
- 7) Федеральная служба российской статистики URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 05.12.2016 г.)

Дата поступления в редакцию: 16.06.2017 г.

Опубликовано: 16.06.2017 г.

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,
электронный журнал, 2017*

© Романенко Т.Э., 2017

Для заметок