

*Мамедова Айгуль Ильгар кызы*

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский государственный  
социальный университет»

г. Москва

## **ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В СЕТЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

*Аннотация:* в данной статье описываются основные положения системы обучения персонала в сетях розничной торговли. Автор предлагает программы обучения для двух категорий торгового персонала: линейного и административного. В работе также рассматриваются предполагаемые результаты качественного и стандартизированного обучения персонала в сетях розничной торговли.

*Ключевые слова:* обучение персонала, наставничество, адаптация персонала, розничная торговля, торговый персонал, конкурентоспособность предприятия.

Сегодня в условиях высокой конкуренции и экономической нестабильности большинство компаний по всему миру, а в частности, и в России ежедневно задумываются над тем, каким образом можно не только поддерживать на должном уровне все процессы в компании, но и как можно захватить большую долю рынка, обойти конкурентов, но оставаться брендом с положительной репутацией [6]. Торговые организации также не исключение, их работа ежедневно подвергается пытливому анализу со стороны клиентов, конкурентов, сотрудников и надзорных органов.

В розничной торговле на сегодняшний день на всех должностях чаще всего работают сотрудники без специального профессионального образования. Чаще всего это категория работников, которые отдают предпочтение гибкому графику и несложному труду: студенты учебных заведений, женщины с детьми, работники, совмещающие работу в магазине с основной занятостью [8]. Подобной

особенностью и определяется необходимость первоначального и последующего обучения персонала.

Для того, чтобы определить, какое обучение необходимо провести для сотрудников, мы разделим персонал магазинов розничных сетей на две категории:

- 1) рабочие: продавцы, кладовщики, грузчики, кассиры;
- 2) линейные руководители: администраторы, директора магазинов (административный персонал).

В результате исследования структуры персонала и особенностей розницы было предложено несколько необходимых первоначальных направлений обучения всего персонала в торговых точках, которые могут быть частью адаптации:

- 1) нормативно-правовые акты, касающиеся работы торговых организаций, правила безопасности;
- 2) история и ценности компании, особенности работы (данная информация будет лучше воспринята новым сотрудником в виде адаптационного тренинга, который может быть представлен в виде интерактивного электронного контента или тренинга с ведущим (наставником, руководителем, специалистом по обучению));
- 3) торговое оборудование и продаваемый товар (необходимо создать учебный материал, который будет доступен по запросу «новичка»);
- 4) стандарты обслуживания покупателей и стандарты выкладки товара;
- 5) правила расчета с покупателями на кассовом узле;
- 6) правила общения с покупателями, включая личное консультирование, телефонный разговор, переписка;
- 7) общая информация о трендах, тенденциях, о конкурентах.

Для линейных руководителей, приходящих из других компаний, в дополнение к базовым направлениям должно быть проведено обучение специфике менеджмента в организации, по организационной структуре и дополнительное обучение управлению персоналом, если есть в этом необходимость. Первоначальное обучение в рамках адаптации должно быть пройдено за первые 2–4 недели работы, в зависимости от продолжительности рабочей недели сотрудника.

Работающим сотрудникам торговых предприятий также должно предлагааться последующее обучения различного характера. Для всех сотрудников должны проводиться обучения, направленные на поддержание уровня лояльности и на повышение уровня обслуживания покупателей: тренинги по товару, по новостям в той сфере, к которой относится торговая сеть (продукты питания, одежда и обувь, парфюмерия, техника и т. д.), новости в части законодательной базы и в обслуживании покупателей и пр. [1, с. 400]. Для наиболее успешных сотрудников это могут быть тренинги для наставников, программы обучения для подготовки к замещению должности администратора или директора магазина [2].

Притворять в жизнь всю запланированную программу обучения в сетях розничной торговли может быть более выгодно, чем во многих других отраслях, так как к данному процессу привлекаются сами сотрудники розницы: руководители, линейный персонал, которые выполняют роль полноценного наставника, а в крупных торговых сетях также возможно участие специалистов по обучению [5, с. 13].

Наставничество является для розничной торговли самым популярным и выгодным видом обучения персонала за счет скорости передачи стажёру теоретической информации и немедленного практического применения материала. При этом новый сотрудник, имея пример отличной работы наставника, имеет представления о конечном результате своего обучения, об ожиданиях руководства от его работы, о возможностях роста и развития в компании.

Специфика розницы такова, что работа персонала зачастую не требует профессиональных знаний высокого уровня, поэтому при качественном и систематическом обучении можно понизить уровень затрат на управление персоналом, но в то же время увеличить прибыль и повысить прочие экономические показатели.

Качественное обучение влияет на общую конкурентоспособность торговой организации и на ее составляющие [3]:

- 1) лояльность покупателей, увеличение покупательского потока;

- 2) вовлеченность и лояльность сотрудников компании;
- 3) имидж и известность бренда;
- 4) стабильность организации и возможность совершенствоваться в дальнейшем, исходя из уже имеющегося уровня;
- 5) увеличение прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что хорошо налаженная система обучения будет выгодна и работодателю и работнику. Обученный работник мотивирован, чувствует себя частью компании, так как вовлечен в процесс работы, имеет представления о дальнейшем развитии и карьере в компании [4, с. 15]. Все перечисленные положительные результаты системы обучения являются факторами, повышающими качество выполняемой работы, которая в свою очередь является для внешней и внутренней среды показателем работы всей организации. влияет на успешность, прибыльность, конкурентоспособность, привлекательность бренда для покупателей и сотрудников организаций.

### ***Список литературы***

1. Рудакова А.Н. Анализ эффективности обучения и развития персонала на примере торгового предприятия / А.Н. Рудакова, Е.А. Шушминцева // Материалы VII Международной молодежной научной конференции: В 4 т. Т. 1. Экономика и юриспруденция. – 2017. – С. 262–265.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Практикум: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2013. – 365 с.
3. Астахов Ю.В. Планирование деловой карьеры персонала как эффективная кадровая технология // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2013. – №2. – С.14–17.
4. Каткова О.В. Инновационные методы обучения специалиста сферы сервиса // Вестник Мининского университета. – 2013. – №2 (2). – С. 13.
5. Кириллов А.В. Проблемы государственной кадровой политики России, имеющие практический характер: Материалы Ивановских чтений. – 2015. – С. 222–229.

6. Манякина В.В. Актуальные проблемы обучения персонала в различных торговых сетях / В.В. Манякина, С.В. Ратафьев, Е.М. Ратафьева // Актуальные вопросы менеджмента и инноваций. – 2016. – С. 236–238.
7. Пуляева В.Н. Обучение и развитие торгового персонала / В.Н. Пуляева, К.А. Воробьева // Управленческие науки в современном мире. – 2015. – С. 621–625.