

УДК 372.881.1

DOI: 10.26140/anip-2021-1003-0096



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДАВЦОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ РАБОТЫ В РОЗНИЧНОЙ СФЕРЕ

© Автор(ы) 2021

SPIN: 8550-5491

AuthorID: 980072

ORCID: 0000-0002-3133-0059

ШАВИРИНА Анна Алексеевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры
«Корпоративной культуры»

*Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
(105318, Россия, Москва, ул. Измайловский вал, д. 2., e-mail: anna.a.shavirina@gmail.com)*

Аннотация. Исследование посвящено проблеме эффективности подбора персонала для работы в розничной сети продаж. Выборка включает в себя продавцов-консультантов разной квалификационной категории (N = 115) в возрасте от 21 до 30 лет, работающих в организациях и занимающихся розничной торговлей непродовольственных товаров. Для выявления взаимосвязи между личностными характеристиками продавцов-консультантов и их эффективностью в профессиональной деятельности были использованы данные опросников: «Ориентационная анкета Б. Басса» и «Пятифакторный личностный опросник МакКрэе – Коста». Результаты исследования показали, что эффективность трудовой деятельности и повышение процента продаж не связаны с такими показателями как пол продавца, стаж трудовой деятельности, уровень квалификационной категории. В то же время, личностные характеристики: направленность на достижение результата, открытость во взаимодействии с покупателями, высокий уровень самоконтроля – связаны с увеличением числа продаж товаров. Полученные данные могут быть использованы в областях подбора персонала и повышения конкурентоспособности предприятий розничной торговли.

Ключевые слова: личность, мотивация, направленность личности, продажи, подбор персонала, продавец, профессиональная деятельность, конкурентоспособность, эффективность, профессия, торговля, увеличение продаж, достижение результата, квалификация, самоконтроль, процент продаж.

PERSONAL CHARACTERISTICS OF SALES CONSULTANTS AS A FACTOR IN ENSURING THE EFFECTIVENESS OF THEIR WORK IN THE RETAIL SECTOR

© The Author(s) 2021

SHAVIRINA Anna Alexeevna, PhD in psychology
Moscow University for Industry and Finance "Synergy"

(105318, Russia, Moscow, Izmailovsky Val street, 2, e-mail: anna.a.shavirina@gmail.com)

Abstract. The study is focused on the problem of effective recruitment of personnel to work in the retail sales network. The sample includes sales assistants of different qualification categories (N = 115), aged 21 to 30, working in organizations and engaged in retail sales of nonfood products. To identify the relationship between the personal characteristics of sales assistants and their effectiveness in professional activities, the following questionnaires were used: "Determination of Personality Orientation" (B. Bass) and "The Revised NEO Personality Inventory" (Costa & McCrae). The results of the study showed that the effectiveness of labor activity and an increase in the percentage of sales are not related to such indicators as gender of the salesperson, length of service, the level of qualification category. At the same time, next personal characteristics: focus on achieving results, openness in interaction with customers, a high level of self-control - are associated with an increase in the number of sales of goods. The data can be used in the areas of staff recruitment and improving the competitiveness of retailers.

Keywords: personality, motivation, personality orientation, sales, recruitment, salesperson, professional activity, competitiveness, efficiency, profession, trade, increase in sales, achievement of results, qualification, self-control, percentage of sales.

ВВЕДЕНИЕ.

Повышение эффективности профессиональной деятельности – одна из ключевых задач психологии труда в настоящее время. Усложнения внешней организации труда, непрерывный рост конкуренции приводят к тому, что предприятия находятся в постоянном поиске средств повышения эффективности работы своих сотрудников и, следовательно, конкурентоспособности. Отсюда возникает необходимость правильного отбора персонала на первых этапах собеседования с целью определения характеристик личности, которые будут наиболее эффективны для работы в определенной профессиональной сфере.

МЕТОДОЛОГИЯ.

Само понятие личности Л. Хьелл и Д. Зиглер определяют как прижизненное системное образование, отражающее социальную сущность реального человека как сознательного субъекта познания и активного преобразователя мира [1]. Жизненная программа личности реализуется через выбор профессии и конкретные жизненные планы. Кроме того, различным видам профессиональной деятельности соответствуют различные стили жизни. Таким образом, выбор профессиональной деятельности превращается в выбор образа жизни в целом, через который личность воплощает свое призвание, конкретную доминирующую цель и предназначение своей

жизни. Чтобы сделать правильный выбор, должно быть верное понимание себя, а также обоснованная оценка того, в какой области возможно наилучшим образом приспособиться к трудовой жизни.

Тремя главными составляющими профессиональной ориентации по Е.А. Климову являются учет желания работать по данной профессии («хочу»), учет способностей, возможностей освоить данную профессию и способности продуктивно работать в дальнейшем («могу»), учет «потребностей рынка». Профессия продавца-консультанта, относится к типу «Человек – Человек», она ориентирована на общение и взаимодействие с людьми [2]. Дополнительный тип профессии – «Человек – Знак», поскольку она связана с работой со знаковой информацией: цифрами, таблицами, схемами.

Продавец-консультант – это сотрудник торгового предприятия, который продает товар, совершая сделки купли-продажи. Основную специфику определяет тот факт, что он является посредником между производителями товаров и покупателем [3,4]. Данная профессия относится к классу исполнительских, она предполагает совершение действий согласно определенным заданным алгоритмам с соблюдением имеющихся правил и нормативов, инструкций, стандартов.

Целью деятельности продавца-консультанта является обеспечение максимального объема продаж посред-

ством создания оптимальных условий покупателям для выбора и оплаты товара. Для реализации целей, решения поставленных задач и повышения эффективности профессиональной деятельности продавец-консультант должен обладать определенными чертами личности, такими как: открытость, контактность, общительность, активность, наблюдательность, доброжелательность, вежливость, самостоятельность, а также следующими личностными характеристиками: активное восприятие действительности и способность хорошо ориентироваться в ней, установление с окружающими людьми доброжелательных личностных взаимодействий, умение убеждать, умение управлять собой, своими эмоциями и поступками (самоконтроль), умение находить выходы из нестандартных ситуаций и умение подстраиваться к собеседникам (гибкость), способность брать на себя ответственность, приложение максимума усилий для достижения поставленных целей [5,4,6].

Под эффективностью профессиональной деятельности понимается соответствие полученного результата профессиональной деятельности поставленным целям и задачам [7]. Поэтому, при оценке эффективности профессиональной деятельности целесообразно выделить такие показатели как:

1) предметно-технологические (объективные) – производительность, трудоемкость, а также качество, количественная и качественная надежность;

2) психологические показатели эффективности (личностные, субъективные). К ним относятся вовлеченность разных сторон и уровней психики человека в осуществление деятельности, активизация не только когнитивных способностей человека, но и четкое выполнение операций, действий, а также зрелость мотивационно-волевых компонентов, заинтересованность человека трудом и удовлетворенность его процессом и результатом, а также психологическая цена результата по величине затрат личностных ресурсов, степень напряженности психических функций и процессов, необходимых для достижения нужного результата [8].

В настоящее время для оценки эффективности показателей применяются различные методы, каждый из которого определяется спецификой профессиональной деятельности, эффективностью которой оценивается. Условно их можно разделить на объективные (количество продукции, произведенной в единицу времени и трудовой стаж) и субъективные методы, которые строятся на основании субъективного мнения руководителя, коллег по работе или клиентов [9,10].

Для выявления взаимосвязи личностных характеристик продавцов-консультантов и их эффективности в профессиональной деятельности совместно с Кожевниковой М.В. было проведено исследование, в котором приняли участие продавцы-консультанты в возрасте от 21 до 30 лет, работающие в организации, занимающейся розничной торговлей непродовольственных товаров.

Для определения личностной направленности была использована «Ориентационная анкета Б. Басса», которая часто применяется при кадровом отборе, профориентационных консультациях, работе с персоналом [2]. Она позволяет выявить направленность личности по трем шкалам: направленность на себя, направленность на общение, направленность на дело. Также с целью выявления личностных характеристик продавцов-консультантов применялась методика «Пятифакторный личностный опросник МакКрэе – Коста», более известный как «Большая пятерка» («Великолепная пятерка»). Эмпирические показатели по данной методике распределены по пяти основным шкалам: экстраверсия – интроверсия, привязанность – обособленность, самоконтроль – импульсивность, эмоциональная устойчивость – эмоциональная неустойчивость, экспрессивность – практичность.

На основании теоретического обзора и предваритель-

ного анализа рынка труда, были выделены следующие критерии оценки эффективности профессиональной деятельности продавца-консультанта:

1) пол – фактор, который может быть связан с такими характеристиками, как ценностные ориентации, мотивы труда, семейное положение и др.;

2) положительное эмоциональное взаимодействие продавца-консультанта с покупателями (открытость) и количество конфликтов с покупателями;

3) качество выполнения обязанностей продавцом-консультантом;

4) процент выполнения личного плана продаж – объем продаж в единицу времени, который является одним из самых распространенных и главных показателей эффективности продавца. Это соотношение суммы продаж и количества отработанных часов. Как правило, за единицу времени берется месяц;

5) сумма среднего чека – это сумма всех совершенных покупок за определенный период времени, деленная на количество чеков за тот же период. Средний чек оценивает комплексные продажи, качество трудовой деятельности продавца-консультанта;

6) количество единиц в чеке (количество позиций в чеке) – сумма всех проданных единиц товара за определенный период времени, деленная на количество чеков за тот же период. Количество единиц в чеке также оценивает комплексные продажи и качество трудовой деятельности продавца-консультанта, свидетельствует об умении продавца коммуницировать и убеждать покупателя;

7) квалификационная категория продавца-консультанта. Продавцам-консультантам могут быть присвоены квалификационные категории (например, от 3 до 1). Более высокая категория присваивается в соответствии с уровнем необходимых умений и навыков. Повышение квалификационной категории с 3 до 1 происходит после проведения аттестации, где оцениваются результаты трудовой деятельности;

8) трудовой стаж работы в компании. Считается, что чем больше трудовой стаж в компании, тем более профессионально и, следовательно, эффективно сотрудник выполняет свою профессиональную деятельность [3].

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что эффективность профессиональной деятельности следует оценивать по нескольким показателям, так, как только в совокупности они дают полную картину.

На основании проведенного анализа полученных данных были сделаны следующие выводы:

- пол не влияет ни на один из критериев эффективности профессиональной деятельности. Тем не менее, чаще профессию продавца-консультанта выбирают женщины, так как данная профессия связана с постоянным общением. Традиционно считается, что женщины более общительны и эмоциональны, они проявляют свои эмоции ярко, многообразно, что выражается в двигательном возбуждении и речевой активности;

- можно предположить, что женщины чаще становятся продавцами-консультантами товаров личного потребления (косметика, парфюмерия, одежда, обувь, кожгалантерея), а мужчины технических товаров (бытовая техника, электрооборудование). О чем также свидетельствуют работы Казаковой М.И., Лурье К.Г. [12,13]. Между тем исследование показало, что и мужчины, и женщины способны к эффективной трудовой деятельности;

- при вычислении частной корреляции выполнения личного плана продаж, суммы среднего чека и количество единиц в чеке высоко коррелируют с положительным эмоциональным взаимодействием с покупателем (открытость) (с личным планом продаж – 0,8, с суммой среднего чека – 0,7, с количеством единиц в чеке – 0,6). Это показывает, что если продавец может создавать покупателям оптимальные условия для выбора и оплаты, то это обеспечивает максимальный объема продаж. Также

была выявлена высокая корреляция (0,8) с процентом выполнения личного плана продаж, что свидетельствует о том, что эффективность профессиональной деятельности продавца-консультанта в целом, зависит от отношений между продавцом-консультантом и покупателем. Именно поэтому показатели выполнения личного плана продаж, сумма среднего чека и количество единиц в чеке высоко отрицательно коррелируют с количеством конфликтов с покупателями и с направленностью личности на себя (личный план продаж - количество конфликтов с покупателями -0,7; личный план продаж - направленность личности на себя -0,6; сумма среднего чека - количество конфликтов с покупателями -0,6; сумма среднего чека - направленность личности на себя -0,6; количество единиц в чеке - количество конфликтов с покупателями -0,6; количество единиц в чеке - количество конфликтов с покупателями -0,5). Положительное эмоциональное взаимодействие с покупателями взаимосвязано с качеством выполнения обязанностей (0,9) и такой характеристикой личности по Б.Бассу как направленностью на дело (0,7).

Согласно методике «Ориентационная анкета Б. Басса», направленность личности на дело свидетельствует о стремлении человека к реализации целей и решению задач профессиональной деятельности. Такой продавец-консультант стремится к выполнению работы как можно лучше, он ориентирован на деловое сотрудничество, что, несомненно, важно при работе в коллективе. Продавцы-консультанты с направленностью на дело наиболее продуктивны и эффективны в трудовой деятельности, которая подтверждается высокой корреляцией с выполнением личного плана продаж (0,7), суммой среднего чека (0,7) и количеством единиц в чеке (0,7).

Противоположную картину дает сравнение показателей эффективности продаж с направленности личности на себя: основная ориентация продавца будет на прямое вознаграждение и удовлетворение. Она может выражаться в проявлении властности, склонности к соперничеству, раздражительности, тревожности и даже агрессивности в достижении статуса. Доминирование в структуре данной личности говорит о выраженности эгоцентрических тенденций, стремлении к личному благополучию, престижу, удовлетворению своих желаний. Интересы дела и окружающих людей в таком случае вторичны. При такой направленности процент выполнения личного плана продаж и сумма среднего чека имеют низкие показатели.

Если рассмотреть такой показатель, как направленность личности на общение, то он выражается в стремлении человека при любых условиях поддерживать отношения с окружающими, ориентации на социальное одобрение, зависимость от группы, потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми. Можно предположить, что такой продавец-консультант конформен, у него выражена потребность в общении с другими людьми. Возможно, поэтому такой продавец-консультант долго работает на одном месте работы, он привязан к коллективу и любит общение с покупателями, что является неотъемлемым условием деятельности продавца-консультанта. Но при этом у данной направленности личности отсутствует взаимосвязь с процентом выполнения личного плана продаж и иными критериями эффективности профессиональной деятельности. Таким образом, результаты профессиональной деятельности для продавца-консультанта отходят на второй план, что делает их малопродуктивными.

Показатель самоконтроль-импульсивность имеет положительную взаимосвязь с личным планом продаж (0,5); с суммой среднего чека (0,5); с количеством единиц в чеке (0,6), что свидетельствует о том, что более высок самоконтроль поведения продавца-консультанта, который проявляется в добросовестности, ответственности, обязательности, точности и аккуратности в трудовой деятельности.

Также исследование показало, что высокая квалификационная категория и стаж работы продавца-консультанта не свидетельствует о том, что продавец-консультант качественно выполняет свои обязанности, а также положительно эмоционально взаимодействует с покупателем. Можно предположить, что после присвоения более высокой квалификационной категории и увеличении срока работы у продавца-консультанта снижается стремление к реализации целей и решению задач профессиональной деятельности, так как в настоящий момент он многого достиг в своей профессии, сообразно с чем, эффективность трудовой деятельности такого продавца-консультанта снижается [8].

Интересно, что квалификационная категория продавца имеет взаимосвязь с направленностью личности на себя (0,4), как ориентацию на прямое вознаграждение и удовлетворение, что находит свое выражение в отношении продавца-консультанта к присвоению ему более высокой квалификационной категории. Доминирование в структуре личности направленности на себя, говорит о выраженности у данного человека эгоцентрических тенденций, его стремлении к престижу, удовлетворению своих желаний, что только подтверждается при присвоении более высокой квалификационной категории [7,14].

ВЫВОДЫ.

Подводя итоги, проведенного исследования можно заметить, что пол, возраст, стаж трудовой деятельности в компании не влияют на эффективность трудовой деятельности продавца-консультанта. Анализ полученных показателей позволяет выявить основные личностные характеристики продавца-консультанта, влияющие на эффективность его трудовой деятельности. К ним относятся положительное эмоциональное взаимодействие с покупателями (открытость), качество выполнения обязанностей, направленность личности на дело, высокий самоконтроль.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что необходимые психологические особенности многогранны и многосторонни. Однако, прежде всего, они проявляются в постоянном взаимодействии с людьми. Поэтому успех деятельности продавца-консультанта зависит не только от уровня его знаний, умений, навыков, привычек, личного опыта. Для успешного осуществления поставленных задач продавцам-консультантам важно не только профессионально, но и психически совершенствоваться, развивать в себе такие личностные качества как открытость, общительность, активность, доброжелательность, вежливость, самостоятельность, умение управлять собой, своими эмоциями и поступками. Умение продавца-консультанта учитывать личность клиента, уважать его выбор, помогать в принятии решения, дает высокие объемы продаж компании. Все это должно учитываться при подборе персонала для работы в розничной сфере в качестве продавцов-консультантов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Основные положения, исследования и применение - 3-е изд. - Санкт-Петербург, 2019. Штемманн П., Венцель М.
2. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения. - Москва: Академия, 2012.
3. Бергер И.Н., Скирда Т.Н. Психология торговли. — Издательское объединение «Вища школа», 1975.
4. Кузьмина Д.И. Влияние коммуникативных особенностей продавца на эффективность продаж // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. № 3 (17). С. 92-94.
5. Козина И.В. Взаимосвязь социальных и личностных показателей профессиональной ответственности продавцов-консультантов // Достижения вузовской науки. 2016. № 22. С. 95-99.
6. Соболева А.А. Психогорская Н.А. Факторы эффективности труда продавцов-консультантов магазинов розничной торговли: на примере сотрудников филиала ООО «ЛАЗ РАША» // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. №11 с 201-214
7. Анипутов А. Я., Ковалев В. В. Социально-психологическая оценка персонала. Теория и практика. Монография. М.: Проспект, 2019 г.
8. Козина И.В. Факторизация личностных и социальных детерминант профессиональной ответственности продавцов-консультантов // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2016. № 50-1. С. 93-99.

9. Малюженко Е.В., Феценко К.В. Повышение эффективности продаж в розничной торговле // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. № 6. С. 137-139.
10. Малюженко Е.В., Феценко К.В. Совершенствование навыков розничной торговли // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. № 6. С. 140-142.
11. Самоукина Н. В. Психология и педагогика профессиональной деятельности – М.: ЭКМОС, 2000
12. Казакова М.И., Лурье К.Г. В. Влияние вовлеченности персонала на качественные показатели компании // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2020. № 1 (151). С. 74-76.
13. Казакова М.И., Лурье К.Г. Повышение престижа профессии продавец-консультант как фактор сокращения текучести кадров // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 4. С. 14-16
14. Власова Н. Продавец: законы, заповеди и табу. М.: Изд-во Эксмо, 2008.
15. Кошкин В.В. Профессиональные компетенции продавца // Управление продажами. 2016. № 3. С. 192-196.
16. Лукич.Р. М., Материальная мотивация продавцов: принципы, возможности, ограничения / Радмило М. Лукич. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2010. - 127 с.
17. Машиницкая Г.В. Осборн М.И. Подходы к оценке продавцов и защита от манипуляторов (часть 1) // Управление продажами. 2017. № 1. С. 64-78.
18. Машиницкая Г.В. Осборн М.И. Подходы к оценке продавцов и защита от манипуляторов (часть 2) // Управление продажами. 2017. № 2. С. 128-143.
19. Психология управления персоналом: пособие для специалистов, работающих с персоналом /; под ред. А. В. Батаршева, А. С. Лукьянова. - 2-е изд., испр. - Москва: Психотерапия, 2007. – 613 с.
20. Психология эффективного труда в социальной сфере: монография / А. Я. Анищупов, Т. Н. Березина, В. Б. Бокарева [и др.]. - 3-е изд., доп. и перераб. - Москва: Объединенная ред.; Ярославль: Филигрань, 2019. - 620 с.

Статья поступила в редакцию 24.01.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021