

15. Stefan K. Konflikte und Erlebnispädagogik / Kung Stefan. Diplomarbeit NDS Erlebnispädagogik 2009/10. – Sarnen, 2010. - S. 30.

Отримано 15.08.2013 р.

УДК 159.98

Сидоренко В.О.[°]

Київський національний університет імені Тараса Шевченка Інститут післядипломної освіти

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПРОФВІДБОРУ ТОРГОВИХ АГЕНТІВ

Розглянуто головні теоретичні підходи до проблеми психологічного відбору торгових агентів. З'ясовано, що вимоги до професії торгових агентів зумовлені специфікою виду діяльності.

Ключові слова: *торговий агент, етапи психологічного відбору, вимоги до торгових агентів, професійні вміння та навички*

Рассмотрены главные теоретические подходы к проблеме психологического отбора торговых агентов. Выяснено, что требования к профессии торговых агентов обусловлены спецификой вида деятельности.

Ключевые слова: *торговый агент, этапы психологического отбора, требования к торговым агентам, профессиональные умения и навыки*

Main theoretical approaches are considered to the problem of psychological selection of commercial agents. It is found out, that requirements to the profession of commercial agents are predefined by the specific of type of activity.

Keywords: *commercial agent, stages of psychological selection, requirement to the commercial agents, professional abilities and skills*

Актуальність. Розвиток ринкової економіки в Україні спонукав появу деяких професій та зникнення інших. Однією з таких професій є професія торгового агента. Її специфіка полягає в тому, що у ході персонального продажу покупець набуває не тільки товар або послугу, але і торгового агента як консультанта або порадника. У зв'язку з цим в організаціях, що займаються торговою діяльністю, постало питання якісного відбору персоналу, адже невдало підібраний працівник може заподіяти певний матеріальний і моральний збиток. Психологи, що працюють у сфері відбору і оцінки персоналу, постійно стикаються з необхідністю прогнозування професійної придатності співробітників та їх психологічної успішності.

Дослідження профвідбору та профпридатності співробітників підприємств спрямовуються на вивчення психофізіологічних та психологічних рівнів особистості (І.А.Бородін, К.М.Гуревич, П.Н.Єрмаков, Н.І.Мягих, В.К.Пястолов, С.В.Попов, Л.В.Тимофеев та ін.). Зосередження уваги тільки на психофізіологічних та психологічних рівнях особистості не може повністю задовольнити вимоги професійного добору, що може дати дослідження особистісного рівня. Останнім часом дослідники роблять акцент на урахуванні особистісного рівня у процесі професійного психологічного відбору (В.А.Толочек,

[°] © Сидоренко В.О., 2013 р.

Л.В.Тимофєєв, М.О.Левандей, О.В.Онищенко, А.В.Панкратова та ін.), але в їхніх працях відсутній системний підхід, що включає в себе як психофізіологічні, психологічні та особистісні характеристики.

Метою нашого дослідження є теоретико-методологічний аналіз проблеми профвідбору торгових агентів.

Кожна професія ставить до індивідуальних психологічних якостей людини певні вимоги. Чим складнішою і відповідальнішою є професійна діяльність, тим більшу роль в успішності її виконання відіграють індивідуальні психологічні особливості.

Успішне освоєння і ефективне виконання діяльності неможливе без відповідності вимогам професії психологічних особливостей професіонала. Це добре відомо тим, хто безпосередньо займається підготовкою і керує персоналом організації. Однак, як правило, уявлення про психологічну відповідність співробітників не завжди складається з урахуванням спеціальних знань, на основі практичного досвіду керівника [2, с.1].

Разом з тим, існує досить обґрунтований науково і досить надійний шлях розв'язання даної проблеми - це психологічний відбір персоналу до різних сфер торгової діяльності. Цей відбір повинен бути складовою частиною загальної системи відбору персоналу поряд з відбором з фізичної підготовки, здоров'я та іншими чинниками. Метою психологічного відбору є укомплектування організації чи установи особами, які найбільш здатні до освоєння даної професії і удосконалення в ній. Досягнення такої мети передбачає розв'язання кількох взаємопов'язаних задач. Насамперед, це відсів певних категорій осіб, які за своїми індивідуально-психологічними якостями є потенційно непридатними для такої роботи, як торговий агент. Наступною задачею є відсів осіб, індивідуальні психологічні якості яких ускладнюють освоєння даної професійної діяльності [2, с.1].

При проведенні конкретної процедури профвідбору досліджуються не усі індивідуальні психологічні якості, а тільки ті з них, які входять до групи професійно важливих. Професійно важливі якості (ПВК) - це якості, що впливають на ефективність діяльності і успішність її освоєння. З поняттям ПВК тісно пов'язано поняття професійної придатності. Основна мета будь-якого виду профвідбору (медичного, педагогічного або психологічного) - визначення придатності до професії. Профпридатність - ця відповідність індивідуальних якостей людини вимогам професії, здатність працівника ефективно здійснювати діяльність. Профпридатність буває абсолютною і відносною. Абсолютна профпридатність характеризується деякими природними особливостями, які складно піддаються формуванню. Ці особливості залежать, передусім, від особливостей нервової системи. Відносна профпридатність включає якості, які піддаються формуванню, тренінгу за відповідних умов і бажання (мотивації) людини. Даючи заключення про профпридатність, психологи спираються на інформацію, отриману в ході процедури профвідбору.

Процедура психологічного відбору проводиться в кілька етапів. Перший етап - попередня співбесіда і первинна оцінка особистісних якостей кандидата. На першому етапі професійний відбір кандидатів включає три самостійні напрямки відбору — соціально-правовий, медичний, психологічний [6, с. 20].

Соціально-правовий аспект полягає в перевірці відповідності кандидата певним формальним, правовим і морально-етичним нормам (вік, освіта, реєстрація за місцем проживання, відсутність негативних біографічних даних тощо). Медичний аспект спрямований на виявлення тієї чи іншої прихованої патології, яка перешкоджає роботі торговим агентом [6, с. 20].

Третім елементом є первинний психологічний відбір, який орієнтований на визначення професійно важливих якостей кандидата [6, с. 20].

Другий етап - психологічне обстеження (тестування).

Третій етап — обробка та інтерпретація результатів.

Четвертий етап - підсумкова співбесіда, прийняття рішення.

Після прийняття кандидата на роботу процедура відбору переходить на наступний етап - випробувальний термін, який передбачений для нових співробітників практично у всіх приватних організаціях та структурах [2, с. 2].

Випробувальний термін - це той період часу, в ході якого працедавець має можливість переконатися в правильності свого вибору. Для цього необхідно так побудувати роботу з кандидатом, щоб він зміг проявити свої реальні та потенційні можливості. Такий психологічний моніторинг дозволяє простежити динаміку розвитку професійно значущих якостей і міру адаптації торгового агента до його діяльності [2, с. 2]. При проходженні випробувального терміну необхідно звертати увагу на прояви характерологічних особливостей, здатність безпомилково діяти в екстремальній ситуації, вміння правильно будувати свої стосунки з клієнтами та колегами.

Обов'язковій перевірці підлягають навички та вміння, одержані у процесі спеціальної підготовки. Для того, щоб оцінити рівень їх сформованості, необхідно ставити кандидата на роботу в штучні ситуації, в яких він змушений буде використовувати свій потенціал. Зокрема, в торгових агентів оцінці підлягає рівень сформованості таких якостей як самодисциплінованість, коректність у взаємостосунках з іншими людьми, вміння швидко приймати рішення в складних ситуаціях [2, с. 2].

Якщо навіть прийнято рішення про зарахування торгового агента в штат, він повинен ще протягом року знаходитися під пильною увагою керівників організації. Необхідність такого контролю визначається насамперед тим, що людині властиво у процесі адаптації до ситуації зменшувати міру своєї виконавчої надійності. Подальший супровід співробітників включає в себе надання допомоги співробітникам в адаптації до нового місця роботи, ротацию, перевірку надійності виконання функціональних обов'язків, атестацію, звільнення [2, с. 2].

Зарубіжний досвід підбору персоналу показує, що система підбору кадрів повинна бути інтегрованим, раціональним і неперервним процесом. Існує багато важливих моментів, які необхідно мати на увазі при перевірці кандидатів на посаду торгового агента: характер, особистісні якості, соціальні позиції, освіта, досвід попередньої роботи [5, с. 36].

У процесі перевірки кандидата необхідно визначити його інтелектуальний рівень, ступінь грамотності. Адже чим вищі розумові здібності, тим вищим буде рівень виконання діяльності.

Найскладніша сфера для оцінки — це особистісні та соціальні позиції. При визначенні придатності кандидатів існує багато параметрів, які слід враховувати,

включаючи зовнішній вигляд, риси характеру, комунікабельність, чесність, працездатність, рішучість, ставлення до інших. Зазвичай погляди і твердість соціальних позицій кандидатів визначають за допомогою простої анкети. Одержана інформація використовується пізніше як цінний допоміжний засіб у бесіді для з'ясування позицій, точок зору та основних пріоритетів кандидатів [5, с.36].

У сучасній психодіагностиці, а значить і в професійному відборі, на зміну підходам, які бачать предмет дослідження як певну суму особистісних чинників, приходять розуміння необхідності досліджень, що розглядають цілісність особистості на основі її смисложиттєвої концепції, все частіше робиться акцент на ціннісно-смисловій сфері особистості як основній складовій професійної успішності. Цей напрямок у психодіагностиці можна назвати ціннісно-орієнтованим підходом у професійному відборі. Питанню ціннісних орієнтацій особистості присвячені праці численних вітчизняних і зарубіжних авторів (І.В.Абакумова, О.Г.Асмолов, С.Ф.Анісімова, Л.Н.Антиглова, Г.Л.Будінайте, В.А.Василенко, О.Н.Винарська, К.И.Головаха, А.Г.Здравомислов, І.Ф.Клименко, Д.О.Леонт'єв, А.Маслоу, В.Б.Ольшанский, В.Е.Чудновський, М.С. Яницкий та ін.).

Якщо професійна діяльність відповідає життєвим цінностям людини, його ціннісним орієнтаціям, співвідноситься з його смисложиттєвою концепцією, то перспективність професійної успішності майже завжди досить висока. Коли смисложиттєві конструкти йдуть врозріз із умовами і вимогами професії, то співробітник буде проявляти себе як професійно посередній і, радше за все, буде змушений змінити роботу.

Таким чином, виникає проблема дослідження тих компонентів смисложиттєвої концепції особистості, які прямо чи непрямо повідомляють про професійну перспективність співробітників.

Не всі люди в необхідному обсязі і в прийнятні терміни можуть оволодіти професією, яка ставить особливі вимоги до стану здоров'я, пристосуватися до специфічних умов роботи з даної спеціальності. Тому в ряді випадків доводиться відбирати тих з них, які мають найбільшу стійкість до впливу умов професійної діяльності, можуть адаптуватися до них у відносно короткі терміни без шкоди для здоров'я і працездатності [1, с.16].

У сучасних психофізіологічних дослідженнях професійного відбору значна увага приділяється темпераменту, типу особистості, акцентуації характеру, рівню інтелекту, увазі, пам'яті як стійких та інформативних ознак професійно важливих якостей особистості (І.А.Бородін, К.М.Гуревич, В.П.Зінченко, Г.В.Іванов, С.В.Попов, В.К.Пястолов, А.Є.Тарасов, В.А.Толочек та ін.).

Найбільш розгорнуте уявлення про психофізіологічні якості особистості можна одержати з психологічного портрету, який складається на основі результатів тестування кожного працівника, що оформляється на роботу в ту чи іншу організацію. При цьому необхідно проводити роботу з виявлення професійно значущих якостей у кандидата на посаду.

При виборі торгового персоналу, як правило, оцінюються наступні особові параметри:

- розумові - інтелект, здатність планувати;
- фізичні - зовнішність, дикція;

- досвід освіта, досвід роботи з підприємництва або збуту;
- особистість - амбітність, ентузіазм, такт, заповзятливість, стабільність;
- бажання вчитися і слідувати інструкціям.

На відміну від колишніх уявлень в даний час дотримуються точки зору, що хорошими продавцями не обов'язково народжуються - їх ретельно вибирають і готують.

Якості потенційних продавців повинні відповідати параметрам покупців, з якими вони взаємодіятимуть, і характеристикам товарів, що продаються, або послуг. Двосторонній зв'язок покупець-продавець кращий, коли є схожість у характеристиках торговців і споживачів. Крім того, деякі види товарів вимагають спеціальної освіти, технічної підготовки та специфічної торгової діяльності.

Людей, що займаються цим різновидом комерційної діяльності, називають по-різному: торгові агенти, контактори, комівояжери, торгові консультанти, інженери зі збуту, представники на місцях, агенти з послуг, маркетингові агенти.

У практиці господарської діяльності термін «торговий агент» охоплює багато фахівців, які часто мають відмінностей більше, ніж схожості.

Торговий агент - це юридична або фізична особа, що здійснює юридичні дії (укладає угоди) за рахунок і на користь іншої особи (принципала). Відносини між принципалом і торговим агентом регулюються спеціальним договором. Торговий агент діє як самостійний комерсант на основі письмової домовленості принципала. За свою діяльність торговий агент одержує винагороду - звичайно у вигляді відсотка від суми укладених операцій, причому незалежно від кінцевих результатів операції для принципала.

За обсягом повноважень торгові агенти діляться на:

- 1) універсальних - які можуть здійснювати будь-які юридичні дії від імені принципала;
- 2) генеральних - що мають право укладати будь-які угоди у сфері діяльності принципала;
- 3) спеціальних - які уповноважені укладати тільки угоди, вказані в домовленості.

Для залучення необхідної кількості торгових агентів фірма розробляє привабливий для них план оплати праці. Рівень оплати праці ув'язується з поточними ринковими цінами на конкретний вид торгових робіт і на фахівців відповідної кваліфікації. Крім цього, фірма розробляє схему залучення, відбору та навчання торгових агентів, способи контролю за їх роботою та методи оцінки результатів праці.

Запорукою успішної роботи торгового персоналу є ретельний відбір кваліфікованих торгових агентів. Цей процес не створював би труднощів, якби люди, зайняті відбором, знали, які риси слід шукати в кандидатах: відвертість, товариськість, агресивність, енергійність і т.д. Так, серед процвітаючих комівояжерів є чоловіки і жінки, люди високого і невеликого зросту, що вміють і не вміють красиво говорити, що ретельно стежать за собою, і неохайні. І, проте, продовжується пошук магічної комбінації рис, які б безпомилково говорили про здібності людини щодо торгівлі.

Вважається, що комівояжер повинен мати наступні основні якості:

- 1) відчуття симпатії - тобто здатність проникнутися відчуттями клієнта;

2) самолюбну цілеспрямованість, могутню особисту потребу в здійсненні запродажу.

Процедури відбору можуть бути найрізноманітнішими - від однієї неофіційної бесіди до тривалих випробувань і бесід не тільки з претендентом, але і з членами його сім'ї. Багато фірм влаштовують претендентам офіційні випробування за розробленими тестами.

Торгові агенти до початку роботи мають повне право пройти курс навчання. Завданнями навчання майбутнього торгового агента є:

- 1) знайомство з фірмою, її предметом і цілями діяльності;
- 2) безпосереднє знайомство з товарами фірми. їх функція ми в різних варіантах використання;
- 3) отримання знань про особливості клієнтів і конкурентів, різні типи замовників та їх потреби, купівельні мотиви та звички;
- 4) організація проведення ефективних презентацій, вивчення головних комерційних аргументів на користь кожного окремого товару;
- 5) знайомство з особливостями роботи і пов'язаними з нею обов'язками.

Як правило, торговим агентам доручається виконання однієї або ряду наступних функцій:

- розповсюдження запродажу, включаючи встановлення контакту, виклад доказів, подолання заперечень і укладення операції;
- надання послуг;
- проведення досліджень ринку;
- збір інформації та складання звітів за наслідками візитів;
- розподіл товарів, оскільки торгові агенти в змозі оцінити платоспроможність клієнтів і належним чином розподілити товари, що є в той чи інший відрізок часу дефіцитними.

Окремі фірми ставлять перед своїми торговими агентами конкретні завдання, чіткіше визначають коло їх діяльності. Наприклад, деякі фірми рекомендують своїм торговим агентам приділяти 80% часу існуючим замовникам і 20% - потенційним, присвячуючи 85% часу роботі з традиційними товарами і 15% - роботі з новинками.

У міру того як фірма орієнтується на ринок, її торговий персонал також потребує відповідної орієнтації. Торгові агенти повинні знати, як задовольнити замовника і одночасно забезпечити прибуток фірмі. Вони зобов'язані уміти аналізувати торгіву статистику, розраховувати потенціал ринку, збирати ринкову інформацію і розробляти маркетингові підходи та плани. Торговому агенту необхідно володіти навичками маркетингового аналізу.

Після постановки своєму торговому персоналу завдань фірма приступає до розгляду питань про основні принципи роботи цього персоналу, його структуру, розміри й оплату праці.

Існує п'ять підходів до організації збуту товарів за допомогою торгових агентів:

1. Торговий агент розмовляє з кожним окремим потенційним або існуючим клієнтом особисто або по телефону.
2. Торговий агент проводить торгові презентації для груп покупців.
3. Група збуту проводить торгові презентації для груп покупців.

4. Торговий агент організує зустрічі розпорядників ресурсами фірми з одним або декількома покупцями для обговорення проблем і взаємних можливостей.

5. Група фахівців фірми проводить учбові семінари для технічного складу компанії замовника про новітні технічні досягнення в даній сфері діяльності.

Основні принципи торгового персоналу включають і проблеми його структури, покликаної забезпечити максимальну ефективність його діяльності ні ринку.

При формуванні структури торгового персоналу може бути використаний один з наступних принципів:

1. Територіальний принцип - це найпростіший спосіб побудови організаційної структури. При цьому за кожним торговим агентом закріплюється певна територія на правах виключного обслуговування, у межах якої він торгує своєю номенклатурою товарів фірми.

Така структура має ряд переваг:

1) чітко визначені обов'язки торгового агента. Будучи єдиним торговим представником фірми на даній території, він несе повну відповідальність за свої успіхи і недоліки збуту на ній;

2) така відповідальність спонукає торгового агента зміцнювати ділові й особисті зв'язки з місце і йми представниками ринку. Ці зв'язки сприяють як ефективності роботи торгового агента, так і його особистому збагаченню;

3) витрати на транспорт невеликі, оскільки комівояжер об'їжджає порівняно невеликий географічний район.

2. Товарний принцип передбачає хороше знання торговим агентом своїх товарів, особливо якщо ці товари технічно складні, абсолютно різнорідні або численні. Проте така організаційна структура може призвести до дублювання роботи - декілька торгових представників фірми можуть їздити за одними і тими ж маршрутами і кожен витрачає час в очікуванні прийому у клієнта.

3. Принцип розбиття за клієнтами припускає розбиття за галузями діяльності; великими і звичайними замовниками; існуючими та новими клієнтами. Явна перевага спеціалізації за клієнтами полягає в тому, що кожна окрема група торгових працівників може набагато краще дізнатися специфічні потреби своїх клієнтів. Основний недолік торгового персоналу, побудованого за даним принципом, виявляється в тих випадках, коли йдеться про різних клієнтів, оскільки кожній групі торгових агентів доведеться багато їздити.

Психологічне вивчення особистості передбачає визначення міри розвитку психологічних якостей і властивостей особистості, які зумовлюють успішне навчання і подальшу професійну діяльність.

Таким чином, якщо все вищевикладене прийняти за основу методики оцінки психологічної професійної надійності торгового агента, то можна запропонувати наступний алгоритм дії:

1. Психологічний аналіз планованої діяльності, побудова профілю професійно значущих психологічних характеристик, якими повинен володіти ідеальний співробітник.

2. Виявлення найбільш чутливих ділянок, а також типових помилок, яких припускаються співробітники, оцінка вірогідності виникнення складних і непередбачених ситуацій.

3. Виокремлення груп помилок, які ведуть до непередбачуваних наслідків і можуть бути виправлені або попереджені, якщо співробітник їх усвідомлює та ідентифікує.

4. Психодіагностика і оцінка рівня розвитку професійних знань, умінь і навичок співробітника, його мотивації до діяльності, міри розвитку професійно значущих психологічних і психофізіологічних характеристик.

5. Експериментальна перевірка індивідуальних способів розв'язання функціональних задач конкретним співробітником у звичайних умовах і форма його реагування на стресогенні чинники.

6. Перевірка відповідності одержаних результатів вивчення реального співробітника ідеальній моделі. Мірою психологічної надійності співробітника чи кандидата на роботу буде вважатися похідна від співвідношення між необхідними і наявними професійно значущими психологічними характеристиками.

Висновок. Теоретичний аналіз проблеми дослідження свідчить про те, що динаміка формування професійно важливих якостей торгових агентів відповідає загальним закономірностям генезису таких психологічних утворень. Спочатку для успіху суб'єкта значущі «елементарні» компоненти з певними функціональними відношеннями між ними. Однак розвиток професіоналізму людини пов'язаний з формуванням нових інтернальних і складніших за психологічною структурою якостей з іншими функціональними взаємозв'язками між ними, водночас як збереження початкової структури професійно важливих якостей суб'єкта може негативно відбиватися на успішності професійної діяльності [8, с.97].

Перспективи подальших досліджень пов'язані зі створенням методики діагностики професійно важливих якостей торгових агентів, яка дасть змогу урахувати різні рівні вияву особистості, починаючи з психофізіологічного і закінчуючи ціннісно-смысловим.

Список використаних джерел

1. Гуревич К.М. Профессиональная пригодность и основные свойства нервной системы / К.М. Гуревич – М.: Наука, 1970. – 272 с.
2. Иванов Г.В. Процедура подбора и изучения кадров для охранных структур / Г.В. Иванов – М., 1997.
3. Климов Е.А. Психология профессионала / Е.А. Климов – М.: ИПП, 1996. – 400 с.
4. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
5. Мак-Мак В. Охранное подразделение службы безопасности предприятия / В.Мак-Мак // Мир безопасности. – 1998. - № 3. – С. 36-38.
6. Тимофеев Л.Ф. Какой он, охранник ЧОП? / Л.Ф. Тимофеев // Психология отбора. – М., 2002. – 81 с.
7. Толочек В.А. Проблемы современной психологии труда / В.А. Толочек – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 90 с.
8. Толочек В.А. Профессиональный отбор и психологические тесты / В.А. Толочек – М.: Издательский дом «Мир безопасности», 2001. – 124 с.

Отримано 20.08.2013 р.