

«УЧЕБНЫЕ ЦЕНТРЫ» В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

студентка **Бухнэ А.Ф.**, к.т.н., профессор **Поникаров В.А.**
Московский государственный университет приборостроения и информатики
(Российская Федерация)

Сегодня, в связи с быстрым развитием средств телекоммуникаций, обеспечивающим дополнительные возможности для ведения электронного бизнеса, розничным магазинам приходится искать новые пути привлечения клиентов, одним из которых является хорошо обученный персонал.

Большинство компаний прибегают к обучению сотрудников вне компании – в специализированных учебных заведениях, которые способны дать работнику компании нужные знания, но такой метод обучения имеет ряд недостатков:

1. Знания зачастую носят общий, теоретический, характер.
2. Компания не имеет возможности изменять учебную программу по своему усмотрению.
3. Этот метод больше подходит для сотрудников, которым необходим набор специальных знаний, например для бухгалтера, аналитика, юриста, секретаря и не предполагает обучение продавцов розничной сети.

Чтобы избежать этих недостатков, компания розничной торговли может организовать свои «Учебные центры», сама обучать линейный персонал, определять какой именно объем знаний они получат и каким будет содержание учебных программ. Это также поможет «воспитать» такие кадры, которые будут полностью соответствовать требованиям компании, будут «дышать с ней одним воздухом», будут относиться к ее целям как к своим личным, будут изначально приобщены к культуре компании.

Такие «Учебные центры» будут работать с сотрудниками сразу после их принятия на работу, то есть со стажерами, только приступающими к своим обязанностям. Это позволит принимать на работу кандидатов без опыта работы в торговле или же без какого-либо опыта работы вообще, что позволит увеличить поток желающих работать в компании и понизит требования к кандидатам.

«Учебные центры» позволят обеспечить подготовку кадров на порядок выше, чем у конкурентов, т.е. обеспечат весомое конкурентное преимущество на рынке и повысят эффективность работы торговой сети.

Компания сама может определить численность сотрудников в «Учебном центре», однако стоит отметить, что он может состоять и из одного только сотрудника, важно лишь определить, способен ли он справиться с объемами будущей работы. С учетом специфики розничной торговли и в условиях подготовки линейного персонала, т.е. продавцов, рекомендуется иметь состав учебного центра хотя бы из двух сотрудников, один из которых владел бы теоретическим материалом, а другой – практическими навыками.

Учебный план занятий в таком центре должен включать обучение в различных направлениях. Предлагается использовать структуру занятий, охватывающую пять разделов:

1. Информацию о компании.
2. Теоретический материал.
3. Правовой и психологический аспекты работы с клиентами.
4. Внутренние правила работы продавца в компании (маркетинг, правила работы с программным обеспечением компании и т.д.).
5. Практика и мастер-классы.

Занятия в «Учебном центре» завершаются своеобразной проверкой (форма проверки остается на усмотрение руководства компании), например обычным тестом, решением практических задач или комплексной оценкой. Смысл проверки заключается в том, чтобы после окончания обучения стажер был абсолютно готов к дальнейшей работе.

Предложенная программа может быть использована в любой торговой компании, с различной спецификой деятельности. Предлагаемая структура программы занятий в «Учебном центре» обеспечит многостороннюю подготовку персонала, который будет владеть достаточными теоретическими знаниями в своей области, будет грамотен в правовых вопросах и будет полностью информирован обо всех правилах работы компании.

Бухнэ, А.Ф. "Учебные центры" в торговой организации [Текст] / А.Ф. Бухнэ, В.А. Поникаров // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 259-260.