

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРИГОДНОСТИ ПРОДАВЦОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Циркунова Наталья Ивановна, старший преподаватель

(e-mail: cirkunovan@mail.ru)

Гирдюк Надежда Сергеевна, студент

(e-mail: nadia.girdyuk@yandex.by)

*Витебский государственный университет имени П.М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В статье предложена и апробирована модель отбора кандидатов на должность «продавец» для работы на предприятиях розничной торговли. Ключевые слова: методы отбора, тестирование, личностные свойства, профессиональная пригодность, психограмма.

Исследование проводилось с одиннадцатью кандидатами на должность продавца с привлечением семерых сотрудников предприятия розничной торговли ОДО «МИК» г. Полоцка. В основу определения профпригодности предложена методика О. С. Насташевской, предусматривающая выделение типов личности по уровню отклонений от теоретической психограммы [1]. Для изучения способностей человека, необходимых для профессии «продавец», была разработана психограмма. Как правило, в литературе психограмма описывается без указания цифровых показателей [2]. Мы оценили профессионально важные качества личности продавца по 10-балльной шкале (табл. 1).

Таблица 1 — Показатели, обеспечивающие высокое качество работы

Профессионально важные качества (ПВК)	База - фактор теста Кеттелла	Уровень ПВК в баллах
Ответственность	G	9
Эмоциональная устойчивость	C	9
Доброжелательность	L	6
Самоконтроль	Q3	8
Терпение	Q4	8
Общительность	A	7
Простая, понятная речь	A	10
Желание помочь	N	7

Для проведения данного исследования нами были использованы следующие методики: «16-ти факторный личностный опросник Кеттелла (форма С) [3] и «Методика диагностики коммуникативной социальной компетентности» (КСК) [4]. Дополнительно проводилось собеседование, позволяющее выявить особенности характера, склонности и интересы респондентов. Сводные данные результатов тестирования по всем участникам были сгруппированы, с применением методов анализа и обобщения, вычисле-

на разность между баллами психогаммы и баллами, полученными в результате исследования, что отражено в таблице 2.

Таблица 2 — Показатели соответствия психогаммы личностным качествам

Шифр	Ответственность	Эмоциональная устойчивость	Доброжелательность	Самоконтроль	Терпение	Общительность	Речь	Помощь
П1	1	2	-2	0	3	0	1	1
П2	5	4	1	4	4	0	0	5
П3	4	3	4	3	5	-2	1	-1
П4	2	3	4	-1	4	3	2	2
П5	2	0	-1	1	2	0	1	0
П6	1	1	2	1	1	-1	0	1
П7	1	-1	2	1	2	3	1	-2
П8	6	2	4	2	4	-1	3	4
П9	4	5	3	2	3	5	5	3
П10	2	2	-2	0	3	4	2	1
П11	3	3	2	4	6	4	3	2

Для определения типов личности, максимально соответствующих психогамме, данные таблицы 2 были подвергнуты кластерному анализу. Обработка результатов произведена в программе STATISTICA 10. Не удалось статистически значимо дифференцировать участников по двум качествам: доброжелательность и понятная простая речь (уровень значимости $p > 0,1$), поэтому их исключили из расчетов. В результате повторно проведенного кластерного анализа мы получили удовлетворительное решение при выделении пяти типов личности участников (табл. 3).

Таблица 3 — Показатели качества выделения типов личности по психогамме «продавец»

Профессионально важные качества	Межгрупповая дисперсия	Внутригрупповая дисперсия	F	p
Ответственность	29,9	2,3	19,9	0,001
Эмоциональная устойчивость	17,6	11,25	2,4	0,067
Самоконтроль	22,2	6,5	5,1	0,038
Терпение	17,2	7,8	3,2	0,029
Общительность	59,5	2,5	35,7	0,000
Желание помочь	37,7	7,0	8,1	0,013

Из таблицы 3 следует, что по всем переменным наблюдается превышение межгрупповой дисперсии над внутригрупповой, причем по ответственности

и общительности это превышение значительно. Это еще раз подтверждает то, что между изучаемыми группами (вариантами) существуют статистически значимые различия, обусловленные действием изучаемого фактора. Для составления портрета кандидата на вакантную должность на рисунке 1 приведены профили личности участников по всем пяти типам кластеров.

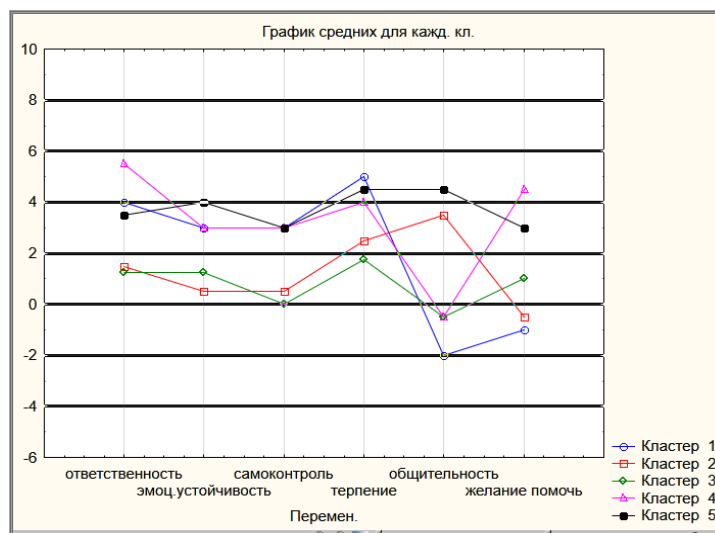


Рис.1 Профиль личности кандидатов на вакансию «продавец»

Из рисунка 1 следует, что наиболее соответствующим психограмме типом является тип 3 (Cluster 3), для которого все профессионально важные качества близки к нулевой линии (кроме терпения), т. е. для этого типа личности наблюдается минимальное отклонение от теоретически предложенной психограммы. К такому типу можно отнести участников: П1, П5, П6, П7 (табл. 2). Наиболее близок к этому типу участник П4. Но по нашей типологии этот кандидат относился к типу 2 (Cluster 2), т. е. лицам, у которых недостаточно ярко выражены такие качества как общительность и терпение.

Отбор кандидатов по данной методике, с выделением типов личности по уровню отклонений от теоретической психограммы, является эффективным и достоверным. Принявшие участие в исследовании продавцы магазина (П4, П5, П6, П7), показали наилучший результат. Они работают в ОДО «МИК» от 3-х до 10 лет и зарекомендовали себя как высококлассные работники. Один из кандидатов на вакансию (П11) не прошел отбор, второй (П1), показавший лучший результат– приступил к работе сразу, без разъяснения по обращению с тем или иным товаром.

Считаем, что при определении профессиональной пригодности продавцов для работы на предприятиях розничной торговли кроме опыта работы и образования, следует учитывать такие важные критерии, как профессиональные качества и личностные особенности кандидатов.

Проведенное исследование наглядно показало, что данный подход к отбору персонала сокращает процент ошибки при принятии окончательного

решения в пользу кандидата, способствует привлечению новых высококвалифицированных сотрудников и приводит к снижению текучести кадров.

Список литературы

1. Насташевская, О.С. Психологические аспекты технологии персонала для торговой организации / О.С.Насташевская // Весн. Самарской гуманитарной губернии. Серия Психология. — 2015. — №1 (17) — С. 11—29
2. Романова, Е. С. 99 популярных профессий: Психологический анализ и профессиограммы / Е.С. Романова. —2-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2008. — 460 с.
3. Столяренко, Л. Д. Основы психологии: Практикум / Л. Д. Столяренко. — Изд. 11-е — Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. — 686 с.
4. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп: Учебное пособие для высших учебных заведений / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. — Москва : Изд-во Института Психотерапии, 2005. — 496 с.

Tsirkunova Natalia I., Senior Lecturer of the Department of Psychology (e-mail: cirkunovan@mail.ru)

Girduyk Nadezhda Sergeevna, student (e-mail: nadia.girduyk@yandex.by) Vitebsk State University named after P.M. Masherov, Vitebsk, Republic of Belarus

DETERMINATION OF THE PROFESSIONAL SUITABILITY OF SELLERS AT A RETAIL COMPANY TRADE

Abstract. *The article proposes and tests a model for selecting candidates for the position of "seller" to work at retail enterprises.*

Keywords: *selection methods, testing, personality traits, professional aptitude, psychogram.*

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА

Черкасова Анна Михайловна, магистр

(anya_cherkasova_96@mail.ru)

Ершова Ирина Геннадьевна, д.э.н., профессор

(ershovairgen@yandex.ru)

Юго-Западный государственный университет, г.Курск, Россия

В данной статье проводится оценка динамики объема выпускаемой продукции на предприятии: производства конвейерной ленты и армированной ленты, производства рукава. Сделаны выводы о внедрении своевременных и результативных действий по улучшению своей деятельности.

Ключевые слова: бизнес-планирование, объем производства, планирование производства.

В связи с внедрением инноваций на предприятии можно спрогнозировать объем выпускаемой продукции.

Ассортиментами выпускаемой продукции ОАО «КРТ» является следующая продукция: ленты конвейерные; ленты армированные; рукава.

Из данных таблицы 1 можно сделать вывод, что на предприятии больший объем выпуска занимает ленты армированные, за 3 года общий объем выпуска изделия данного типа составил 24379 метров, а объем выпуска ленты