

Секция «Управление персоналом в современной России: пути повышения
эффективности»

Управление лидерством в торговой компании

Научный руководитель – Тихенький Владимир Георгиевич

Мелкоян Асмик

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
государственного управления, Кафедра управления персоналом, Москва, Россия

E-mail: asmikmel@mail.ru

Лидерство - наиболее изученный и наименее понятный конструкт в социальной психологии.

В. Гриффин

Актуальность работы - лидерство является одним из самых важных компонентов успешного руководителя.

Цель - исследовать соотношение лидерских качеств и воздействие на коллектив.

Задачи: ознакомиться с необходимой литературой, провести анализ полученных данных, определить какие качества необходимы лидеру для успешного взаимодействия с коллективом.

Торговая среда всегда являлась самой конкурирующей сферой во всем мире. Огромное количество продавцов соревнуются друг с другом, стараясь извлечь максимальную прибыль, тем самым, помогая государству, улучшать экономическое положение, структурировать новые отношения, проводить модернизацию производства и так далее. Потребители находятся в постоянном поиске максимально выгодной покупки: соответствие качества продукта с ее ценой, является самым главным фактором при принятии решении о покупке товара или услуги.

Любое общество, каждая сфера нуждается в своем лидере. Управление лидерством является важным аспектом для достижения цели, как организации, так и отдельной личности. Сегодня проводится огромное количество специальных тренингов для развития лидерских качеств, некоторые тренинги направлены даже на первоначальную постановку необходимых характеристик.

Опираясь на различные подходы определения лидерства, создаются программы для проведения тренингов. Существуют определенные организации, которые занимаются созданием, развитием и проведением тренингов. Но так же любая большая корпорация содержит в себе ветвь, которая занимается развитием своего персонала, чтобы увеличить эффективность производства сотрудников, которые обладают необходимым потенциалом, но не могут применить его рационально и полноценно.

Говоря о торговой среде, стоит обратиться к торгово-развлекательным центрам, которые получили значительное распространение по всему миру. За счет чего данная сфера получила такое признание публики? Каким образом осуществляется управление персоналом: организация открытия и закрытия каждой торговой точки, обеспечение чистоты и порядка во всем торговом центре, развитие сотрудников, мотивирование и так далее.

У каждого бренда существует своя система найма и развития персонала. Каждый бренд предлагает официальное трудоустройство, социальный пакет, карьерный рост и различные корпоративные бонусы. Большинство сетевых брендов предлагают гибкий график, который подходит для большинства студентов. Такой режим работы имеет определенные плюсы и минусы. С одной стороны, это удобно для тех, у кого есть возможность работать

только после учебы или до (если студент учится на вечернем). С другой стороны, компания терпит большие издержки за счет обучения и переобучения каждого сотрудника. Организации было бы гораздо легче, если команда состояла из постоянного персонала, который в состоянии работать с маленькими промежутками между сменами, но найти таких сотрудников достаточно тяжело.

Поэтому каждый магазин ограничивает себя тремя менеджерами, которые работают на постоянной основе и минимум по 40 часов в неделю. У них отличается заработная плата от сотрудников со свободным графиком, но и должностных обязанностей у менеджеров гораздо больше.

На сегодняшний день проблемой является то, что большинство сотрудников не имеют полноценного представления о своих обязанностях. При приеме на работу они не проходят полноценного обучения, которое могло бы развить в них лидерские качества и увеличить продажи магазина. В основном, магазины проходят мимо фундаментальных ступенек становления обычного студента - истинным продавцом.

В своей работе я попытаюсь рассмотреть основные проблемы, с которыми сталкиваются новые сотрудники в сетевом магазине. Главной задачей является поиск улучшения развития персонала в розничных сетевых магазинах. Каким образом уменьшить текучесть кадров и увеличить производительность? Что нужно сделать, чтобы избежать падение продаж? Как развивать лидерство среди локальных сотрудников?

Источники и литература

- 1) Адаир, Д. Эффективное лидерство – Москва.: Эксмо, 2003 - 320 с.
- 2) Адизес И. Развитие лидеров. Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей – Москва; Альпина паблишер, 2014 – 262 с.
- 3) Евтихов О. В. Тренинг лидерства: Монография. — СПб.: Речь, 2007. — 256 с.
- 4) Мотивация трудовой деятельности: Учебное пособие / Под ред. В.П. Пугачева / В. П. Пугачев, Е. В. Батоврина, Т. В. Зайцева, Н. Н. Опарина. — ИНФРА-М Москва, 2011. — С. 394