

УДК 159.923

**КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ВАЖНЕЙШАЯ
СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА СОТРУДНИКОВ
СФЕРЫ ПРОДАЖ**

А.А. Глухих

студент 5 ого года обучения,

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail: annagluhih@rambler.ru

Научный руководитель

Г. А. Молохина,

к.псх.н, доцент

кафедры «Психология и управление персоналом»

Аннотация: Обоснована актуальность исследования коммуникативной компетентности сотрудников сферы продаж.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, сотрудники сферы продаж.

**COMMUNICATIVE COMPETENCE AS THE MOST IMPORTANT
COMPONENT OF PROFESSIONALISM IN A TRADING SPHERE**

A.A. Gluhih

Scientific adviser

G.A. Molokhina

Abstract: The urgency of research of communicative competence of the trading sphere.

Key words: communicative competence, employees in trading sphere.

Выход из любого кризиса, в котором может находиться организация, обосновано связывается с качеством и эффективностью деятельности специалистов всех уровней, которые в ней заняты. Современная российская действительность создает ситуацию такого отбора, в ходе которого человеку приходится проявлять свои лучшие профессиональные качества и постоянно

повышать свои коммуникативные способности. Экономика страны модернизируется, одним из актуальных направлений ее развития становится улучшение сферы продаж. Для преодоления экономического кризиса в организации необходимо решить ряд проблем, которые, в частности, связаны с изменениями в системе управления персоналом организаций. В силу этого особую важность и практическую значимость приобретает разработка эффективной и адресной схемы управления сотрудниками[1].

Сегодня перед специалистами по продажам стоит необходимость активно использовать знания и методики, наработанные в различных областях науки (в первую очередь – психологии) с целью повышения способности к более эффективному взаимодействию, как между собой, так и с клиентами. Для поддержания своей конкурентоспособности специалист сферы продаж должен обладать высоким уровнем развития коммуникативных способностей. Поскольку с развитием коммуникативных способностей непосредственно связана проблема взаимопонимания и партнерского взаимодействия, так как неумение настраивать контакт с собеседником может привести к неверному истолкованию сказанного, к необоснованным решениям и несогласованным действиям и, как следствие, к потере клиента.

Проблема коммуникативной компетентности в сфере продаж давно интересует исследователей. Аспектами проблемы развития профессиональной коммуникации и компетентности занимались такие ученые, как: А.О.Блинов, А.А.Бодалев, Т.М.Буякас, Ю.Н. Емельянов, В.И. Жуков, Е.А. Климов и др.

Однако исследование роли коммуникативной компетентности в деятельности специалиста по продажам в отечественной практике началось сравнительно недавно, и работ посвященных данной тематике немного, все они связаны, в основном, с изучением отдельных факторов, которые влияют на коммуникативную компетентность[2, 3]. Работ, которые содержат комплексную программу по развитию коммуникативной компетентности

сотрудников сферы продаж, – не много. Незаработанность данной проблемы определяет актуальность нашего исследования.

Таким образом, целью данной работы – разработка программы развития коммуникативной компетентности сотрудников сферы продаж.

Объект исследования: работники сети магазинов продуктов г. Таганрога (женщины и мужчины в возрасте от 22 до 40 лет).

Предмет исследования: компоненты коммуникативной компетентности специалиста сферы продаж.

Для достижения поставленной цели бакалаврской работы были определены следующие задачи: 1) изучить проблему коммуникативной компетентности в специальной психологической литературе; 2) изучить проблему эффективной деятельности сотрудников сферы продаж и влияния на нее коммуникативной компетентности в специальной литературе по психологии, менеджменту, продажам; 3) создать батарею диагностических методик для измерения уровня различных проявлений коммуникативной компетентности сотрудников сферы продаж; 4) создать анкету для измерения эффективности профессиональной деятельности сотрудников сферы продаж; 5) подобрать адекватные исследовательским гипотезам методы математической статистики; 6) провести эмпирическое исследование особенностей коммуникативной компетентности сотрудников сферы продаж; 7) разработать программу развития коммуникативной компетентности сотрудников сферы продаж.

В процессе проведения исследования планируется провести: оценку уровня коммуникативной компетентности; диагностику коммуникабельности менеджера по продажам; диагностику эмпатии; оценку социально-перспективной компетентности; оценку эффективности сотрудников сферы продаж. Мы полагаем, что: 1) эффективность деятельности сотрудников сферы продаж связана с уровнем развития их коммуникативной компетентности; 2) программа развития коммуникативной компетентности

сотрудников сферы продаж может быть основана на развитии отдельных ее компонентов.

Библиографический список

1. Мишин А.А. Осознанные продажи с осознанными людьми. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.
2. Кустов В.Н. Развитие коммуникативной компетентности менеджеров коммерческих организаций по оптовым продажам // Автореф. дис. ... канд. психол. наук. - М., 2007.
3. Самойлова Г.В. [Доверие в деловых партнерских отношениях.](#) // [Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию.](#) 2015. Т. 2. № 1. С. 41-45.