

Компетентностен модел на заетите в електронната търговия

Автор: Веселина Лекова

Competency model employed in e-commerce

Author: Veselina Lekova

Резюме: Съобразно сложността на бизнес процесите в електронната търговия необходимо условие за ефективност и развитие е заетите да притежават смесица от знания и умения в областта на техническите и икономическите науки. В съответствие с това са представени компетенциите в три групи: основни, специални и управленски компетенции. Притежаването им предполага постигане на конкурентно предимство за фирмите, осигуряване на международна мобилност за хората и ръст на електронната търговия.

Ключови думи: компетенции; компетентностен модел; човешки ресурси; електронна търговия.

Abstract: According to the complexity of business processes in e-commerce prerequisite for efficiency and development employees to have a mix of knowledge and skills in the field of technical and economic sciences. Accordingly competencies are presented in three groups: basic, special and managerial competencies. Owning their presumed achieve competitive advantage for companies providing international mobility of people and the growth of electronic commerce.

Keywords: competence; competency model; human resources; e-commerce.

JEL: J24, L81.

1. Въведение

Способността на фирмите в електронната търговия да се конкурират и развиват в условията на силно динамичната среда на дигиталната икономика до голяма степен зависи от специфичните умения и потенциала на заетите в сектора. Според неотдавнашно проучване на Европейската комисия (2014) сред 1700 главни изпълнителни директори от цял свят, човешкият капитал надминава всички други

фактори като източник на устойчива икономическа стойност с принос от 71%¹. Придобиването и последващото надграждане на знанията и уменията се разглежда като една от ключовите области за постигане на ръст на електронната търговия и създаване на конкурентно предимство. Нещо повече, както отбелязва Michel Catinat (2014), ръководител на звено „Главни базови технологии и цифрова икономика“ на ГД „Предприятия и промишленост“ в Европейска комисия:

„...необходимо е да се гарантира, че знанията, уменията, компетенциите и иновативността на работната сила в Европа отговарят на най-високите световни стандарти и че се осъвременяват постоянно чрез ефективен процес на учене през целия живот.“

2 КЛЮЧОВИ КОМПЕТЕНЦИИ НА ЗАЕТИТЕ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

В литературата съществуват множество определения на понятието компетенции. Съгласно Националната мрежа за оценка на компетенциите (2015), понятието „компетенции“ съдържа в себе си:

„Съвкупност от знания, умения, нагласи и поведения на служителите за постигане на резултати (нива на представяне) в дадена професионална роля или определена организация.“³

На пазара на труда е налице несъответствие между търсените и предлагани компетенции за редица професии, характерни за електронната търговия. Много от тези професии се възприемат и като глобални. Несъответствието в компетенциите представлява бариера за изпълнение на редица проекти в on-line търговията. Единствено чрез съвместните, дългосрочни, последователни и гъвкави усилията на институции, академични среди, фирми и заети, в отговор на световните усилия в тази област може да се намали недостигът, пропуските и несъответствието в уменията. Споделянето на усилията, поемането и разпределението на отговорностите може да бъде сериозно предизвикателство, но е изискване, което пряко кореспондира със стремежа за изграждането на стабилни пазарни позиции на бизнеса и гарантиране на международната мобилност на хората като условие за посрещане на глобалните конкурентни предизвикателства.

Сред приоритетите на национално и фирмено равнище трябва да бъде изграждането на национална стратегия и формиране на конкретни корпоративни стратегии за привлекателност на работните места, постигане на висок професионализъм и кариерно израства в областта на електронната търговия. Европейските стандарти, обменът на най-добри практики и добре фокусираните решения могат да бъдат ключов ориентир за постигане на синергичен ефект. Не бива да се допуска реализиране на вероятността за запазване или дори увеличаване на несъответствието в притежавани и изисквани компетенции, което или ще увеличи използването на аутсорсинга и офшоринга от българските фирми и неизползването на потенциала за иновации, или ще принуди бизнеса да привлече служители от други отрасли, които нямат необходимата специалност и компетенции.

Основна цел при създаването и внедряването на компетентностния модел в on-line търговията е изграждане на система от принципи, норми и стандартни за най-добро изпълнение на трудовите задължения. В резултат, се стимулират иновативността, мотивираността и удовлетвореността на заетите, както и насърчаването на стремежа към повишаване нивото на владеене на дадена компетентност или придобиване на нови компетенции съобразно заеманата или желана длъжност. Отделно от това компаниите могат да подобрят изборността, привличането на таланти, оценката, сравнимостта и развитието на служителите си.

Задължително условие за определянето и последващото актуализиране на ключовите компетенции при управлението на промяната е изясняване и изследване на факторите на пазарната среда, географския обхват на пазара, демографските особености, мобилността, начина на мисленето и културните особености на населението, както и динамиката с които те се променят. Едновременно с това ключовите компетенции трябва да отговарят на стратегията и целите на самата организация.

Въпреки спецификата на различните модели на електронната търговия (електронна витрина, електронен магазин, електронен търг, електронен мол, пазар при трето лице, виртуално общество, интегратор на веригата на добавената стойност и обща платформа) и обхвата на дейността им, съществуват няколко общи насоки в изискваните компетенции за длъжностите в сектора. От една страна поради необходимостта от използване на различни приложения за електронна търговия, търсените умения включват задълбочени технически умения за дизайн, извличане на данни за използване и интерпретиране на web анализа, поддръжка, анализ на методи и системи, нововъзникващи технологии, познаване и прилагане на стандартите за сигурност и качество и др. От друга страна са необходими умения в областта на икономическите науки като разбиране на принципите на дигиталния маркетинг, оценяване диапазона от наличните канали и избора на най-ефективната комбинация от тях. Необходими са знания за техниките за оценка на риска и на възможностите, за разбиране на on-line средата, за разбиране на влиянието и ползите от новите технологии върху бизнеса за постигането на конкурентно предимство, потребителското поведение, управлението на веригата на доставките и много други. Често пъти изискване за работните позиции е смесица от знания в областта на техническите и икономическите науки, както и ръководни умения.

Необходимите компетенции на служителите за изпълнение на трудовите дейности в електронната търговия според очакваните резултати са разпределени в три клъстера: основни, специални и управленски компетенции.

Основни компетенции:

комуникационни умения -общува ефективно на междуличностно ниво, както и между различните нива в организацията, ясно и точно предоставя информацията на разбираем за аудиторията стил;

- езикови умения – владее езици на ниво, позволяващо ефективно да общува и използва инструментите на електронната търговия;

- работа в екип – работи ефективно в екип, отнася се уважително към всички негови членове и им оказва подкрепа в работата, с готовност споделя информация. Съгласува дейността си със останалите отдели на компанията;

- дигитални компетенции – съгласно Информационната система за оценка на компетенциите (2015), дигиталните компетенции на служителите включват: „използва компютър за ефективно и навременно изпълнение на задачите си и за правилно съхранение на информацията, с която оперира”⁴;

- работа в мрежа – умее правилно да прилага онлайн ресурсите, ползва е-поща, използва инструменти за търсене, намиране и извличане на информацията с цел обмяна на опит, сравняване на планове и цени, обучение, както и за споделяне на информация;

- ориентация към клиента – проучва, разбира и се съобразява с изискванията, потребностите и поведението на on-line потребителите/партньорите/доставчиците на вътрешните и международните дигитални пазари и се стреми към тяхното максимално удовлетворение. Създава, поддържа и разширява контактите си с ключовите клиенти на компанията;

- иновативност – разработва, представя и внедрява нови оригинални идеи, технологични решения, приложения, както и предлага оригинални подходи за тяхната пазарна приложимост;

- гъвкавост и адаптивност – определя и използва различни способности (коригиране, конфигуриране, интегриране на функции, звена и ресурси) за адаптация към промените в средата, подобрявайки и ускорявайки бизнес процесите;

- инициативност – готовност да предприема активни действия за индивидуално развитие, както и за подобряване на организацията, управлението и комуникацията в компанията;

- внимание към детайла – извършва задачите си с необходимото внимание и отношение към всички детайли;

- ориентираност към резултата -стреми се към постигане на оптимален резултат като се фокусира върху поставените цели и възникналите проблеми;

Специални компетенции:

- познаване на законодателството и регулативните механизми – притежава познания за нормативната уредба на кибер правото и облигационното право на държавите и регионите, адаптирано към on-line средата и специално посветено на електронната търговия, познава и ръководните правила в международно частно.

право и процесуалното право на държавите, както и осигурява, и гарантира ефективното им правоприлагане;

- пазарни познания – притежава актуални и широки познания за състоянието и тенденциите на вътрешните и международните дигитални пазари, на които оперира компанията и ги прилага в бизнес практиката;

- търговски умения – създава и поддържа дългосрочни партньорски взаимоотношения с on-line клиенти/партньори/доставчици, разширява продажбите

като привлича и задържа нови клиенти стремейки се да постигне плана за продажбите;

- междукултурни умения – разбира и се съобразява с културните норми, езиковите и географските особености на различните държави като предпоставка за успешна международна или мултинационална бизнес комуникации, особено на пазари отличаващи се със силно традиционно мислене на населението;

- международни търговски умения – организира и поддържа търговски взаимоотношения с on-line потребители/доставчици от различни страни и общности като отчита различията в търговските практики (правилата за водене на дискусии и преговори, сключването на договори, излагането на аргументи, комуникация) и наложените от националните правителства ограничения за международна търговия;

- анализ и прогнозиране – събира, обработва, анализира данни за ефективността на бизнес процесите, продуктите и on-line клиентите/партньорите/доставчиците, познава особеностите и приложението на различните видове анализ, определя потребностите на компанията на цифровия пазар, дава препоръки и взема решения за създаването на нови разработки и оптимизация на дейността;

- устойчивост на стрес и управление на времето – запазва спокойствие в стресови ситуации фокусирайки се върху целта, разпределя ефективно времето си съобразно сроковете за изпълнение и важността на поставените задачи;

- справяне с оплаквания и рекламации – управлява връзките с on-line потребителите стремейки се да ограничи или да се справи с оплакванията и рекламациите им като съхрани доверието в компанията;

- продуктов мениджмънт – планира и предвижда продуктивния микс на компанията като осигурява достигането на продукта или услугата до съответната целева група, управлява процеса по включването на нови продукти към продуктивното предложение и се стреми да поддържа и увеличи растежа на приходите;

- категориен мениджмънт – формира и оптимизира структурата на продуктивната категория, управлява продуктивната категория и анализира ефективността ѝ стремейки се да увеличи максимално общите приходи;

- управление на веригата на доставката – управлява веригата на доставките постигайки висока степен на интеграция между бизнес операциите осигурявайки оптимизация на бизнес процесите;

- дигитален маркетинг – проучва, събира и анализира информация от сайтове, социални мрежи, блогове. Познава предимствата и недостатъците на различни цифрови рекламни канали и дигитални инструменти за комуникация с on-line аудиторията като ги използва при изграждане на on-line репутация, популяризиране на предлаганите стоки и услуги и привличане на клиенти съобразно комуникационната стратегия на компанията. Проследява протичането, извършва контрол и оценява ефективността на дигиталната маркетингова кампания;

проектиране и разработка -проектира, разработва, тества, модифицира, внедрява и поддържа приложенията за on-line търговия, съобразно зададените изисквания и стандарти; анализира и образува подсистемните компоненти на системата и интерфейсите;

- разработка на потребителски интерфейс – проектира потребителски интерфейс даващ възможност на потребителите да се възползват максимално от функционалността на платформата за on-line търговия; определя стандарти за ползваемост на продукта, оценява дизайна на приложението и прави препоръки за подобряването му;

- тестване на софтуер -изследва и проучва приложенията за on-line търговия и системите относно качеството им, открива грешки (бъгове) и дефекти, както и несъответствия със зададените изисквания и стандарти, които биха могли да намалят използваемостта, съвместимостта, производителността и сигурността;

- системна интеграция – инсталира и конфигурира хардуерните и софтуерните компоненти в единна система (интеграция на on line магазина със складова програма или връзка със софтуер за издаване на фактури, интеграция на платежни инструменти, автоматизирана връзка с куриерски фирми и оптимизация за търсещи машини); осигурява, поддържа и оценява работата им като една система в съответствие с изискванията и възможностите на приложенията;

Управленски компетенции:

- стратегическо управление – в съответствие с изпълнението на визията, мисията и стратегията на компанията, формулира дългосрочните цели, изготвя стратегическия план, анализира изпълнението му и извършва коригиращи действия;

- умения за електронно лидерство – според Европейската комисия (2014), уменията за електронно лидерство са:

„...корпус от знания и набор от компетенции, които са необходими на човек, за да постави началото и да насочва иновация, свързана с ИКТ във всички видове предприятия – от стартиращите до най-големите корпорации, от частни до обществени.”⁵;

- планиране и координиране – планира и координира дейността в краткосрочен и дългосрочен план, изготвя и актуализира планове и графици, установява приоритетите, определя и преразпределя оптимално ресурсите, осъществява контрол върху бизнес процесите;

- управление на промените – очертава необходимите действия за приспособяване към промените, инициира реформи в компанията като подкрепя и напътства хората в процеса на промяна, наблюдава и установява въздействието на промяната като идентифицира ползите ѝ върху организацията;

- управление на качеството – внедрява, поддържа, усъвършенства системите за управление на качеството, управлява и контролира бизнес процесите обвързани с управлението на качеството, предлага решения за подобряване на качеството;

- управление на проекти – планира и реализира проекти в областта на е-търговия като поставя и следи сроковете за изпълнение, определя, насочва и управлява необходимите ресурси, отчита рисковете, контролира изпълнението на проекта, и води необходимата комуникация;

- управление на хора – планира, подбира, мотивира, ангажира и развива служителите си като се стреми да осигури необходимия квалифициран персонал, поставя ясни и постижими цели като дава указания за реализирането им, поддържа обратна връзка;

3. Заключение

Широкият обхват на необходимите компетенции в електронната търговия се предопределя от сложността и динамиката на процесите в организацията и на пазара. Но успоредно с това притежаването на ключовите компетенции от заетите съобразно изискванията на бранша представлява условие за безпроблемното протичане на бизнес процесите, което осигурява ефективност и гарантира качество на търговския продукт. Именно затова стремежът към тяхното притежание и развитие е осъзната необходимост в конкурентната борба на дигиталния пазар.

References

1. American Economic Association, 2012. JEL Classification Codes Guide, [online] Available at: <<https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>. [Accessed August, 15th, 2015].
2. Evropeyska komisiya, 2014. Elektronni umeniya za работни места v Европа. Izmervane na napreduka i stupka napred, [online] Available at: <http://eskills-monitor2013.eu/fileadmin/monitor2013/documents/Country_Reports/Brochure/eSkills_Monitor_BG.pdf. [Accessed August, 12th, 2015].
3. Evropeyska komisiya, 2014. Elektronni umeniya: Mezhdunarodnoto izmerenie i vliyanieto na globalizatshiyata, [online] Available at: <<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/6856/attachments/1/translations/en/renditions/native>. [Accessed August, 13th, 2015].
4. Informatshionna sistema za otshenka na kompetentshiite, 2015. Kompetentshii, [online] Available at: <<http://mycompetence.bg/compcatalog/view/5>. [Accessed July, 27th, 2015].
5. Natshionalna mreza za otshenka na kompetentshiite, 2015. MyCompetence – neobkhdimost, rezultati i predizvikelstva, [online] Available at: <http://www.competencemap.bg/language/bg/uploads/files/analysis__1/analysis__9ed9a30dcd309d85dec0d5cdb3753381.pdf. [Accessed July, 20th, 2015].