

BJÖRN GARDARSSON

## TUÐAÐ UM MENNTUN VERSLUNARFÓLKIS



Björn Gardarsson

Eftirfarandi grein er dálítið ýkt. Í henni er ýmislegt sagt sem ekki stenst gagnrýna skoðun. Kannski verður einhver argur og pirraður af því að lesa hana. Samt held ég að það sé í henni sannleikskorn. Þessi grein varð til einn rigningardag í haust. Hún er dálítið í anda „húsmóður í Vesturbænum“, nöldur og ergelsi. Kannski vekur hún umræðu um mikilvægi fræðslu í verslunar- og þjónustufyrirtækjum. Ef svo er hefur hún gegnt því hlutverki sem henni var ætlað.

Ég kom í litla bókabúð um daginn. Það var lítið að gera og starfsmaðurinn stóð einn innan við afgreiðsluborðið og fletti í blaði. Ég gekk til hans og spurði um tiltekna bók. Hann benti mér á bókahillu hinum megin í búðinni. Ég hinkraði andartak og vonaði að hann kæmi og aðstoðaði mig en hann hreyfði sig ekki. Ég gekk þangað sem hann hafði bent; hillan var full af bókum. Ég byrjaði að lesa á kilina en fann ekki bókina. Að lokum kallaði ég til starfsmannsins hvort ég væri á réttum stað. „Lengra til hægri“ sagði hann. Ég færði mig, horfði á hann, fingurnir strukust yfir kilina. Hann „neðar ..., næsta fyrir neðan ..., beint fyrir framan þig ..., þessi, já, þessi litla þarna.“ Loksins var bókin fundin. Það hefði verið lítið mál að koma og aðstoða mig, jafnvel bæta við að viðkomandi höfundur hefði skrifað fleiri bækur, að til væru fleiri bækur um svipað efni. Og ég hefði verið ánægður. En þessi framkoma starfsmannsins pirraði mig. Næst þegar mig vantar bók er eins líklegt að ég fari í einhverja aðra bókabúð. Ég vona að þessi litla saga sé einsdæmi. Að minnsta kosti hef ég oftast fengið góða þjónustu í bókabúðum. En er þetta þjónusta sem viðskiptavinir sækjast eftir? Eða sem eigendur vilja að fyrirtæki þeirra verði þekkt fyrir? Ég held ekki.

Það er svo merkilegt að hjá nágrannaþjóðum okkar er áratugareynsla og rík hefð fyrir að mennta fólk til verslunarstarfa en minna hefur farið fyrir því hér á landi.

Ég veit ekki hvort það er einhver einhlít skýring á þessu. Kannski liggur það að einhverju leyti í að við vorum vön að vinna með skrokknum og sem ung þjóð, rík af auðlindum

sem þurfti að nýta, var miklu meira vit í að efla iðn- og bóknám. Við vorum framleiðslusamfélag, ekki þjónustusamfélag. Svo, allt í einu, urðum við rík og gátum farið að ferðast og kaupa og selja allar heimsins lystisemdir. Þá var enginn tími til að fara að mennta fólk til verslunar- og þjónustustarfa. Duglegt fólk bretti upp ermar og hófst handa við kaup- og ferðamennsku – án þess að búa yfir nokkurri þekkingu eða reynslu – og það tókst – fyrirtækin uxu og döfnuðu. Auk þess er miklu flottara að fara í háskóla og verða viðskiptafræðingur heldur en að sækja nám og hljóta þjálfun sem verslunarmaður.

Ég veit að árið 2007 voru dæmi um að starfsmannavelta í nokkrum verslunum hafi verið um og yfir 100%. Það þýðir að hver einasti starfsmaður hafi hætt á árinu og ráða þurfti nýjan í staðinn. Í viðmiðunartölu, sem Rannsóknarsetur verslunarinnar gaf út, kostar ráðning eins starfsmanns verslunina um 800.000 krónur. Því er mikilvægt, bæði fyrir neytendur og eigendur, að draga úr starfsmannaveltu. Ein leið til þess er að efla menntun starfsfólks. En það hefur gengið erfiðlega að festa í sessi fjölda námsleiða sem samdar hafa verið og ætlaðar eru til að efla færni verslunarfólks.

Við blasir að margt starfsfólk verslana er á skólaaldri. Ég veit að sonur minn, sem ekki er orðinn tvítugur og vinnur í verslun samhliða námi, er með einn lengsta starfsaldur á sínum vinnustað. Ég veit að margt af þessu unga fólki, sem starfar við afgreiðslustörf, er mjög klárt, skilur vel hlutverk sitt og leggur sig fram um að veita góða þjónustu. Ég veit að margir stjórnendur eru duglegir við að segja starfsfólki sínu til og mörg þessara fyrirtækja bjóða starfsfólki upp á ýmiss konar námskeið. En það vantar samt herslumuninn. Það vantar víða meiri fagmennsku og metnað. Það vantar vörubekkingu og þjónustubekkingu. Sögur af lélegri þjónustu, skorti á vörubekkingu og „mér-er-alveg-sama“-viðhorfi meðal starfsfólks eru of algengar. Það viðhorf að verslun sé aðeins biðstöð þar til framtíðarvinnan finnst er of algengt. Er ástæðan kannski sú að það er enginn innan verslunarinnar sem kann og hefur tíma til að kenna ungum starfsmönnum? Einhver sem hefur lært kaupmennsku. Námið er til; það er til verslunarfagnám, verslunarstjóranám, starfsnám þjónustu í skrifstofu- og verslunargreinum. Kennsla í starfsnámi þjónustu, sem er tveggja ára framhaldsskólanám, hófst ekki fyrir

en haustið 2007 og því er ekki komin reynsla á það enn en bæði nemendur og vinnuveitendur hafa verið ánægðir með áherslur hinna námsbrautanna tveggja. Langflestir nemendanna hafa fengið framgang í starfi, ýmist meðan á náminu stendur eða að því loknu. Þrátt fyrir það hefur gengið erfiðlega að fá nemendur í þetta nám. Sérstaklega á þetta við um verslunarfagnamið. En hvers vegna? Ég tel að ein ástæðan sé vöntun á hefð. Það hefur ekki tíðkast að læra til kaupmanns og ég leyfi mér að fullyrða að í flestum verslunar- og þjónustufyrirtækjum er enginn starfsmaður sem hefur lært um starf sitt, eða að leiðbeina nýju starfsfólki. Ég veit að það er fullt af fólki starfandi í verslunum sem hefur lært heilmikið, sótt sér námskeið, býr yfir innsæi, nýtir sér reynslu, þekkingu og menntun sem það hefur öðlast með ýmsum hætti og miðlar því áfram til samstarfsfólks. Hér er það hinn harði skóli reynslunnar sem gildir. En hinir eru líka margir; þeir sem ekki hafa lært neitt í verslunarmennsku eða um hana. Það er mjög algengt að starfsfólk verslana sé enn í skóla, að verslunarstarfið sé til að ná sér í vasapening frekar en af áhuga á starfinu. Ég held líka að þarna sé að einhverju leyti við eigendur að sakast. Þeir hafa um langt skeið litið svo á að fræðslumál séu kostnaður en ekki fjárfesting sem skili arði. Ef viðhorfið er þannig er viðbúið að starfsfólk staldri stutt við í starfi og sjái ekki tækifæri í að gera verslunarstarfið að framtíðarstarfi. Ég skil svo sem sjónarmið stjórnenda. Sjaldnar er talað um fyrirtækið sem veitir bestu þjónustuna, þar sem starfsfólkið hefur bestu vörubekkinguna og leiðbeinir viðskiptavinum á faglegasta háttinn, heldur er eingöngu talað um ódýrasta vöruverðið. Sjaldan er spurt um gæði vörunnar eða gæði þjónustunnar. En með aukinni menntun mun fást hæfara og ánægðara starfsfólk með betri skilning á hlutverki sínu í versluninni og rekstrinum. Starfsmannavelta mun minnka og stjórnendur munu fá aukin tækifæri til að setja sér og fyrirtækinu langtímamarkmið í stað þess að vera stöðugt að redda deginum í dag.

Á meðan kennarar og ljósmæður berjast fyrir að menntun þeirra verði metin til launa minnst enginn á menntun verslunarfólks. Þeir sem starfa við verslun og þjónustu þurfa að gera meira í að tala þessi störf upp, gera þau verðmætari í hugum starfsmanna en ekki síður í hugum viðskiptavina. Þetta er ekki einfalt mál að leysa. Áratugareynsla segir okkur

að þrátt fyrir að menntun verslunarfólks hafi ekki verið sett á oddinn hafa íslensk verslunarfyrirtæki staðið sig vel. Í landi þar sem búa álíka margir og í sæmilega stórrí evrópski borg tekst að halda úti fjölbreyttri flóru verslana og þjónustufyrirtækja með miklu vöruúrvali. Þeir sem gera verslunina að sínum framtíðarvinnustað hafa tækifæri til að vaxa og dafna í starfi og vinna sig upp innan fyrirtækisins. Ég trúir því að með sameiginlegu átaki sé hægt að breyta viðhorfinu til verslunarmannsins. Að verslunarstarfið verði eftirsóknarvert starf sem verði sinnt af vel menntuðu og metnaðarfullu fólki.

#### UM HÖFUNDINN

Björn Garðarsson er viðskiptafræðingur, fyrrverandi kaupmaður og starfsmaður Fagráðs verslunar- og þjónustugreina. Hann hefur undanfarið unnið að ýmsum verkefnum sem lúta að aukinni fræðslu um verslunarstörf til starfandi verslunarfólks og að eflingu kennslu í verslunargreinum í framhaldsskólum.