

РОЛЬ ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

6.2. «Товарознавство і торговельне підприємництво»

Титаренко В.Д., Полтавський кооперативний коледж, напрям підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», студентка групи ТМ-22

Мороз С.Е., Полтавський кооперативний коледж, викладач-методист, к.п.н., – науковий керівник

Забезпечення продаж – основа будь-якого бізнесу. Незалежно від того, працює підприємець у галузі торгівлі чи на ринку послуг, успішний розвиток бізнесу залежатиме від наявності у штаті фахівців, які володіють мистецтвом продажу. Особлива увага до проблем, пов'язаних із кваліфікацією та компетентністю продавців-консультантів зумовлена загостренням конкуренції між роздрібними торговцями, збільшенням кількості товарів і товарних марок, що представлені на ринку, зростанням ролі покупців.

Хто ж вони такі – продавці-консультанти, і яку роль відіграють у забезпеченні діяльності торговельного підприємства? Є всі підстави стверджувати, що у сучасних умовах роль продавця-консультанта в бізнесі залишається недооціненою. Не секрет, що у суспільстві побутує стереотипне сприйняття різних професій, однак, найяскравіше таке шаблонне уявлення може бути продемонстроване саме на прикладі професії продавця. Багато хто вважає, що, якщо не вийшло влаштуватися на роботу за фахом, то будь-який чоловік може піти працювати охоронцем, а будь-яка жінка – секретарем або офіс-менеджером. Продавцями ж, нібито, можуть працювати всі, – байдуже, яка освіта.

Чи дійсно вимоги до кваліфікації продавців такі незначні, що на посадах продавців-консультантів може працювати кожний? З метою виявлення переліку об'єктів та/або предметів діяльності (праці), з якими пов'язана діяльність цих фахівців, ми проаналізували Класифікатор професій ДК 003:2010 [1] і установили, що професію «Продавець» віднесено до класифікаційного угруповання:

- 5 – працівники сфери торгівлі та послуг;
- 52 – моделі, продавці та демонстратори;
- 522 – продавці у магазинах;
- 5220 – продавці у магазинах.

У свою чергу, аналіз Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників [2], показав, що серед завдань та обов'язків, які повинні виконувати продавці, зазначені наступні: ознайомлюється з

асортиментом товарів на складі, бере участь у прийманні товарів; повідомляє відповідальну особу про надходження товарів, що не відповідають маркуванню, не мають штрихового коду, посвідчення про якість (сертифікат якості); вилучає нестандартні, деформовані, забруднені товари; заповнює і прикріплює ярлики цін до товарів; *консультує покупця про ціну товарів, їх споживчі якості; пропонує взаємозамінні і нові товари, а також товари супутнього попиту*; контролює своєчасне поповнення робочого запасу товарів; оформляє прилавкові та внутрішньوماгазинні вітрини; складає і оформляє подарункові та святкові набори; *вивчає попит покупців*; бере участь у складанні товарних звітів; звіряє суми, отримані від реалізації товарів, з показаннями касових лічильників; бере участь в інвентаризації товарів [2].

На перший погляд, дійсно здається, що немає нічого складного в обов'язках продавця: знайомиться з асортиментом, прикріплює ярлики..., – звичайна механічна робота, яку може виконувати пересічна особа без спеціальних знань і особливих талантів. Однак, структуруючи масив вищезазначених завдань, ми виділили курсивом ті функції і обов'язки, які передбачають володіння інформацією про споживчі властивості товарів та установалення комунікацій з клієнтами. На наш погляд, сформованість саме цих компетенцій суттєво впливає на професіоналізм продавця.

Продавець-консультант, здатний продати будь-який товар або послугу потенційному споживачеві, своєю щоденною роботою формує імідж торгового підприємства, створюючи йому позитивну репутацію у визначеній сфері бізнесу. Гіпотетично можна стверджувати, що небайдужий продавець, який вільно спілкується зі споживачем і виправдовує очікування останнього, як правило, стає конкурентною перевагою торговельного підприємства і забезпечує йому стабільні комерційні результати шляхом збільшення товарообігу.

У фаховій літературі з різних позицій висвітлені особливості професії продавця, однак нам імпонує характеристика, подана на сайті Київського міського центру зайнятості: «Древня китайська приказка говорить: «Якщо ви не посміхаєтеся, то не починайте торгівлю». Продавець – це посередник між виробниками товарів і населенням, але насамперед це людина, яка несе людям настрій, нові почуття, задоволення» [3].

Відомо, що західні фірми витрачають сотні мільйонів доларів на проведення семінарів, видання книг, брошур та інших навчальних матеріалів з метою ознайомити продавців зі справжнім мистецтвом продажу. При цьому не важливо, мова йде про продавця з мінімальною гарантованою заробітною платою у невеликому магазині або про працівника великого гіпермаркету, адже всіх торговців

об'єднує спільна мета – продати товари або послугу потенційному покупцеві.

Очевидно, що залишений без уваги клієнт навряд чи придбаватиме товар, однак, у різних магазинах увага продавців до споживачів може проявлятися по-різному. Так у супермаркетах самообслуговування, де торгівля має анонімний характер, велику роль відіграє майстерна викладка товарів на полицях і створення так званого ефекту «товарної маси». У цих випадках увага продавця до потенційних покупців проявляється застосуванням знань та навичок з мерчандайзингу.

У магазинах, які торгують технічно складними товарами, вирішального значення набуває якість спілкування, особистісні контакти, тобто на перше місце виходить комунікативна компетенція продавця та його знання психології. Від особистих якостей та умінь продавця встановлювати позитивні контакти; виявляти потреби споживачів; слухати, вести діалог; представляти товар; аргументувати, відповідати на заперечення покупців; переконувати клієнтів, – залежить, чи буде прийняте рішення про купівлю товару.

Таким чином, роль продавця у ефективності продаж (від першого контакту до завершення) значною мірою залежить від сформованості компетенцій самого продавця у галузі товарознавства, психології, риторики, етики, маркетингу, мерчандайзингу та ін.

Проілюструвати вагомість професіоналізму продавців-консультантів можна за допомогою приказки, що гарний продавець здатен продати рукавиці влітку, – і у цьому вислові міститься дуже глибокий зміст.

Підсумовуючи зазначимо, що майстерність і професіоналізм продавців-консультантів є життєво важливими для бізнесу. А вершин в обраній професійній діяльності можна досягти лише навчаючись, та удосконалюючи і відшліфовуючи свої знання на практиці.

Список використаних джерел

1. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 : за станом на 1 вересня 2012 р. – [Чинний від 2010 –11–01]. – Держ установа наук.-досл. ін-т соціал.-труд. відносин М-ва праці та соціал. політики України; Ін-т укр. мови НАН України; Держкомстат України. К. : Соцінформ, 2012. – 745 с. – (Національні стандарти України).

2. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.jobs.ua/ukr/dkhp/>. – Назва з екрану.

3. Знайомство з професією продавця [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.dcz.gov.ua/kie/control/uk/publish/printable_article.jsessionid=7A4F11191500A000D039B34D9A0568C6?art_id=59119 – Назва з екрану.