

Профессиональная этика в торговле

Профессиональная этика. *Этика* — это учение о морали. Предметом изучения этики является мораль, то есть принципы и нормы поведения людей по отношению друг к другу и обществу.

Профессиональная этика — совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп в обществе. Задача морали — прививать моральные принципы и представления о долге, чести, критериях добра и зла. Профессиональная этика призвана помогать людям правильно вести себя с другими людьми.

Работники торговли должны следовать образцам нравственности, принятым за норму поведения в торговле. Например, доброжелательность должна стать нормой поведения для продавца.

Профессиональная этика в торговле представляет собой практически сложившуюся мораль торговой профессии, соблюдение определенного порядка поведения, то есть этикета.

Этикет — это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манера, одежда и т. д.). Этикет — составная часть внешней культуры человека и общества. В него входят те ее требования, которые приобретают характер более или менее строгого регламентирования и в соблюдении которых имеет большое значение особая форма поведения.

Соблюдение требований этики и этикета особенно важно в профессиональной деятельности, связанной с обслуживанием.

Чтобы выработать у себя привычку соблюдать требования профессиональной этики, работник, особенно начинающий, должен на первых порах контролировать каждый свой шаг. В дальнейшем это не потребуется, потому что он уже не сможет поступать иначе, это для него станет естественной нормой поведения.

На поведение человека накладывает отпечаток не только тип его нервной деятельности, но и сиюминутное состояние.

Бывает, что обычно спокойный и уравновешенный флегматик может впасть в состояние аффекта и вести себя как настоящий холерик. И наоборот, в некоторых случаях активный и добрый холерик становится неуверенным и подавленным.

Поэтому нельзя идти на поводу у эмоций и объяснять срывы своим типом нервной деятельности. Поступки — зеркало поведения человека. Именно поведение служит критерием нравственного облика человека и ценности его отдельных поступков.

Продавцу надо так строить свою линию поведения, чтобы завоевать доверие и расположить к себе покупателя. Каждому продавцу следует выработать навыки профессионального поведения с учетом своих индивидуально-психологических особенностей. К примеру, сангвинику следует развить у себя большую ответственность в работе, холерику — сдержанность, флегматику — активность, меланхолику — эмоциональную устойчивость.

В процессе обслуживания покупателей продавец должен проявлять *доброжелательность* и *радушие*. Доброта, внимание подкупают людей, располагают друг к другу, облегчают общение. Покупатель должен почувствовать, что он желанный гость. Покупателям неприятно равнодушие, порой и пренебрежение к ним. Вряд ли, встретив такой прием, они еще раз придут в этот магазин. А ведь ставку надо делать на постоянных покупателей, приносящих наибольший доход магазину, и стараться, чтобы их было больше. Это во многом зависит от манеры и качества обслуживания покупателей продавцом. Приветливость, вежливость, обходительность должны стать нормой поведения продавца.

Сохранение *сдержанности* и *тактичности* послужит продавцу эмоциональной защитой в случае общения с неприветливым и агрессивным настроенным покупателем. Следует помнить, что тактичность — это мера уважения не только к покупателю, но и к себе, способ избежать конфликтов.

Профессиональная этика продавца. Продавец постоянно находится на виду, поэтому он всегда должен выглядеть внешне привлекательно.

Внешний вид включает:

- • гигиенический фактор (чистые руки, хорошо промытые волосы);
- • форменная одежда (подогнанная по фигуре, аккуратная, чистая);
 - • умеренное применение украшений и косметики;
 - • прическа должна быть аккуратной, волосы заправлены под форменный головной убор (для продавцов продовольственных товаров и магазинов кулинарии);
- • манеры поведения, мимика, жестикуляция.

Дополняет внешний облик культура речевого общения.

Каждая профессия имеет свою речевую особенность. Речь продавца должна быть информативной, выразительной, лаконичной, аргументированной, грамотной.

Информативность речи заключается в том, что, давая характеристику товару, продавец должен уметь выделить главное, найти слова, наиболее полно отражающие сведения о качестве товаров, способах его использования.

Выразительность речи — умелое владение лексикой, образными выражениями, ясной формой изложения.

Лаконичность (краткость) — позволяет дать обстоятельные ответы и консультации большему количеству покупателей за определенный отрезок времени.

Не следует без надобности пользоваться иностранными словами, профессиональными терминами, непонятными покупателю выражениями.

Речь продавца должна быть *аргументированной* и *убедительной*, что возможно только при хорошем знании свойств реализуемых товаров и уверенности в соответствии их характеристик действительности.

Грамотность — хорошее знание языка, построения фраз; правильное произношение и использование смыслового значения слов.

Речевой этикет предполагает соблюдение принятых в обществе устойчивых форм обращения. Обращение к покупателю со словами «Здравствуйте», «Пожалуйста», «Будьте добры», «Спасибо за покупку», «Всегда Вам рады» и подобными непременно облегчит само общение и вызовет ответную благожелательную реакцию.

1. в контакт, любовь к рискованным действиям.

39. Для какого типа темперамента характерно неустойчивое, агрессивное настроение?

- 1) для сангвиника;
- 2) для холерика;
- 3) для флегматика.

49. Цель этапа «Выявление потребностей»:

- 1) развеять все сомнения покупателя, дать ему максимум информации о товаре;
- 2) обеспечить согласие покупателя на покупку, создать настрой на дальнейшее посещение торгового предприятия;
- 3) установить доверительные отношения с покупателем, вызвать у него желание общаться с продавцом.

50. Создание условий для обеспечения культуры обслуживания предполагают «организационную подготовку» в торговом предприятии.

Выберите правильный ответ:

- 1) это позитивный настрой продавца;

- 2) это приведение интерьера магазина, внешнего вида продавца к установленным стандартам, принятым в торговом предприятии;
- 3) это получение необходимых профессиональных знаний о товарном ассортименте.

Эталон ответов к варианту № 2

1. 2)	26. 1)
2. 2)	27. 1)
3. 3)	28. 2)
4. 1)	29. 3)
5. 3)	30. 1)
6. 2)	31. 2)
7. 2)	32. 3)
8. 2)	33. 1)
9. 1)	34. 2)
10.3)	35. 1)
11.1)	36.2)
12.2)	37.2)
13.1)	38.3)
14.1)	39.2)
15.1)	40.2)
16.2)	41.3)
17.2)	42.1)
18.3)	43.3)
19.3)	44.2)
20.2)	45.2)
21.3)	46.3)
22.2)	47.3)
23.1)	48.2)
24.1)	49.1)
25.2)	50.2)