

КУЛЬТУРА ТОРГІВЛІ В ПРОДАЖІ ТЕХНІКИ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Каліш С.В.

Науковий керівник-Левкіна Р.В., д.е.н., професор

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, вул. Московський проспект 45 каф. Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності) E-mail: kalish1995@bk.ru

В організації торгівлі важливе місце відводиться культурі надання послуг, проведенню обслуговування клієнтів і споживачів. Це не залежить від економічної моделі господарювання, а визначається загально прийнятими вимогами, що є економічно обґрунтованими. Культура торгівлі це високий рівень розвитку галузі і досягнення певного рівня. В понятті «культура торгівлі» відображені особливості торгової галузі. В умовах ринку змінюються завдання, які стоять перед торгівлею. І одним з головних завдань є високий рівень організації торгівельного процесу. Вимоги населення до організації торгівельних операцій зводиться до можливостей своєчасно придбати товар високого гатунку у потрібному асортименті і з найменшим затратами власного часу. Проте реально витрачається набагато більше часу на вибір і придбання товару. Культура торгівлі також повинна бути присутньою і при продажі с.г. техніки. Адже кожен покупець буде звертати увагу на те, як його приймає продавець і чи надає він йому належним чином послуги які йому потрібні. Всі фірми які займаються продажем с.г. техніки, мають йти в ногу з часом і пропонувати необхідні послуги клієнтам за-для продуктивної праці з ним у подальшому. Продавець-консультант фірми яка пропонує с.г. техніку повинен мати: приємну зовнішність для приємного спілкування з покупцем, також він має бути одягненим в одяг який своїми елементами пов'язаний з фірмою яку він представляє. Одяг має бути чистим, випрасуваним для створення образу культурного робітника, з яким буде приємно вести бесіду. Але це лише 30% того що повинен мати даний продавець-консультант. Головними факторами тут все ж мають виступати його професійні навички у сфері продажу цієї техніки, а також його знання техніки яку він продає, орієнтація в матеріалі яким він володіє. Адже покупець буде вдячним тому продавцю який йому зможе запропонувати якісну техніку, зможе пояснити чому варто придбати саме цю техніку, який швидко без затрат часу покупця зможе дати йому саме те, що йому потрібно. Культура спілкування теж одна із важливих складових культурного продавця, налагодити зв'язок з продавцем можна лише за допомогою вихованої мови і в той же час професійно-налагодженої. Чому варто приділяти увагу саме продавцю?. Все доволі просто. Саме продавець є обличчям фірми яку він представляє, саме від нього залежить доля угоди. І при дотриманні перерахованих правил, у продавця є великі шанси на укладання угоди з покупцем і подальшої співпраці з ним.