



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

SPRZEDAWCZA

opis zawodu w ramach projektu

„Obserwator rynku pracy regionu wałbrzyskiego”

Opracowanie: Katarzyna Druczak

Spis treści

Wstęp

I. Przygotowanie zawodowe pracownika – str. 3

1. Droga do zawodu. Wymagane wykształcenie – str. 3
2. Preferowane szkoły – str. 5
3. Wymagane kwalifikacje – str. 8
4. Znaczenie doksztalcania, doskonalenia zawodowego i samokształcenia – str. 12
5. Znaczenie doświadczenia zawodowego – str. 14
6. Wymogi rekrutacyjne – str. 16
7. Oczekiwania wobec szkół kształcących w zawodzie sprzedawcy – str. 24
8. Szkoły kształcące w zawodzie sprzedawca – przykłady z powiatów objętych badaniami – str. 26

II. Zadania wykonywane w badanym zawodzie – str. 28

1. Zadania zawodowe – str. 28
2. Stanowiska pracy – str. 32
3. Awans zawodowy – str. 33

III. Kompetencje zawodowe i ponadzawodowe – str. 34

1. Wiadomości – str. 34
2. Umiejętności – str. 36
3. Cechy osobowości – str. 41
4. Przeciwwskazania do pracy w badanym zawodzie – str. 44

IV. Rekomendacje dla szkół kształcących w zawodzie: sprzedawca – str. 46

V. Instytucje, dokumenty, strony internetowe ważne dla kandydata na pracownika w badanym zawodzie – str. 48

Bibliografia

Aneks

Wstęp

Opis zawodu sprzedawcy powstał na bazie analizy dostępnych opracowań (w tym zbiorów informacji zawodowej), a także materiału badawczego zebranego podczas wywiadów z:

- pracodawcami
- pracownikami
- organizatorami kształcenia zawodowego.

Powstało opracowanie łączące elementy ilościowego i jakościowego opracowania. Stąd znaleźć można w opisie zawodu dane ilościowe, ale i fragmenty, przykłady wypowiedzi osób badanych. Takie połączenie czyni opracowanie bogatszym, bardziej wartościowym aniżeli tradycyjne opracowanie ilościowe. Ma to także swoje uzasadnienie wynikające z założeń metodologicznych. Opis zawodu powstał na bazie małej próby badawczej. Dokładnie przeprowadzono: 6 wywiadów z pracodawcami, 6 wywiadów z pracownikami i 5 wywiadów z organizatorami kształcenia (w badaniach właściwych). Dla uzupełnienia wykorzystano materiał z badań pilotażowych: 2 wywiady z pracodawcą, 2 wywiady z pracownikami i 1 wywiad z organizatorem kształcenia zawodowego.

Badania zrealizowano w branży handlowej, sklepy zatrudniające sprzedawców były zróżnicowane pod względem asortymentu (dyskont spożywczy, sklep jubilerki, sklep wielobranżowy, sklep artykułów papirniczych, sklep z artykułami cukierniczymi, sklep odzieżowy). Pracodawcy stanowili zróżnicowaną grupę. Były w tej grupie osoby z wykształceniem ekonomicznym (wyższym, średnim zawodowym), sprzedawcy, przedsiębiorca, ale i osoba bez wyuczonego zawodu. Natomiast osoby z grupy organizatorów kształcenia zawodowego były: nauczycielami przedmiotów zawodowych, opiekunami praktyk zawodowych.

I. Przygotowanie zawodowe pracownika

1. Droga do zawodu. Wymagane wykształcenie

Warunki formalne umożliwiające pracę w zawodzie sprzedawcy, to przede wszystkim posiadanie wykształcenia zawodowego o kierunku sprzedawca, nabytego w wyniku kształcenia w 2 – letniej zasadniczej szkole zawodowej. Na stanowisko sprzedawcy przyjmuje się osoby mające przygotowaniem zawodowe na poziomie szkoły zasadniczej, ale

również osoby, które posiadają wykształcenie średnie. Zawód sprzedawcy można zdobyć także w rocznej szkole policealnej¹.

Dość często zdarza się, że do pracy są przyjmowane osoby nie posiadające specjalistycznego przygotowania zawodowego lub z innym zawodem niż sprzedawca.

Absolwenci 2 - letniej zasadniczej szkoły zawodowej są przygotowani głównie na stanowisko sprzedawcy. Kontynuując naukę mają szansę zdobycia wykształcenia średniego w 2 - letnim liceum ogólnokształcącym lub 3 - letnim technikum uzupełniającym².

Od 2004 istnieje możliwość zewnętrznego potwierdzania kwalifikacji w zawodzie sprzedawcy. Aby zdobyć kwalifikacje zawodowe, uczeń / słuchacz przystępuje do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje. Egzamin jest formą oceny poziomu opanowania wiadomości i umiejętności z zakresu zawodu, ustalonych w standardach wymagań będących podstawą przeprowadzenia egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe³. Egzamin zawodowy zastępuje dotychczasowy egzamin z nauki zawodu i egzamin z przygotowania zawodowego. Egzamin zawodowy przeprowadza okręgowa komisja egzaminacyjna. Wynik egzaminu zawodowego ustala okręgowa komisja egzaminacyjna. Absolwent, który zdał egzamin zawodowy, otrzymuje dyplom potwierdzający kwalifikacje zawodowe.

W przeprowadzonych badaniach pracodawcy na pytanie dotyczące tego, jakie wykształcenie powinna mieć osoba zatrudniona w zawodzie sprzedawcy, udzielili następujących odpowiedzi:

- zasadnicze zawodowe – 1 osoba;
- zasadnicze zawodowe, średnie bądź średnie zawodowe – 2 osoby;
- średnie zawodowe. „Pracownik nie może nie mieć żadnego wykształcenia. Osoby z minimum średnim wykształceniem są lepszymi pracownikami. Niekoniecznie musi być to wykształcenie w zawodzie” – 1 osoba;
- wykształcenie nie ma kluczowego znaczenia. „Ważne jest zaangażowanie, chęć do pracy, optymizm, uśmiech na twarzy. Bardzo często osoby z kierunkowym wykształceniem nie są dobrymi sprzedawcami” – 1 osoba;

¹ Wymienione ścieżki kształcenia opracowano na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.

² Absolwent zasadniczej szkoły zawodowej (sprzedawca) może po ukończeniu technikum uzupełniającego zdobyć zawód: technik handlowiec.

³ www.cke.edu.pl, informacja pobrana 12.01.2010 r. Na tej stronie można znaleźć szczegółowe opracowania dotyczące egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe np. opisy procedur, broszury dla uczniów / słuchaczy, standardy wymagań będące podstawą przeprowadzania egzaminu zawodowego, informatory o egzaminach potwierdzających kwalifikacje zawodowe w szkołach zawodowych w których kształcenie odbywa się w zasadniczych szkołach zawodowych (i policealnych potwierdzających kształcenie w tych samych zawodach, w których kształcą zasadnicze szkoły zawodowe).

- średnie zawodowe. *„Nie tyle wykształcenie jest ważne, tylko to czy się ktoś nadaje. Trzeba mieć predyspozycje, żeby pracować jako sprzedawca. Lepsze jest wykształcenie średnie, bo wyższe może czasem nawet przeszkadzać, ale to wszystko zależy od osoby”* – 1 osoba;
- minimum średnie, *„dobrze, żeby było wykształcenie ekonomiczne, ale nie ma reguły, wszystko zależy od kandydata do pracy”* – 1 osoba
- *„powinna skończyć szkołę zawodową, a potem uzupełnić wykształcenie na poziomie szkoły średniej”* – 1 osoba.

Pracodawcy w większości oczekują sprzedawców z wykształceniem średnim zawodowym. Jednakże część z nich podkreśla znaczenie predyspozycji do pracy w zawodzie sprzedawcy. One mogą, ich zdaniem, być ważniejsze aniżeli wykształcenie kierunkowe.

Jeśli chodzi o badanych sprzedawców, to pod względem wykształcenia były to osoby mające:

- zasadniczą szkołę zawodową: sprzedawca – 4 osoby;
- liceum zawodowe i technikum ekonomiczne. *„Średnie zawodowe. Praca w zawodzie sprzedawcy zawsze mnie interesowała, liceum zawodowe dawało tytuł robotnika wykwalifikowanego, dlatego dodatkowo skończyłam technikum ekonomiczne”*;
- wykształcenie średnie - zawodowe: technik handlowiec;
- średnie zawodowe: sprzedawca;
- liceum ogólnokształcące, *„jestem w trakcie studiów (Uniwersytet Ekonomiczny: zarządzanie przedsiębiorstwem)”*.

Informacje otrzymane od pracowników potwierdzają niejako różnorodność dotyczącą przygotowania zawodowego osób zatrudnianych w charakterze sprzedawcy. Najbardziej jednorodną grupę stanowią osoby z wykształceniem zawodowym, natomiast osoby z wykształceniem średnim reprezentują różne zawody.

Najbardziej jednorodne odpowiedzi były udzielane przez osoby reprezentujące kształcenie zawodowe. Sześć osób wskazało wykształcenie zasadnicze – sprzedawca. Tylko jedna z nich wskazała dodatkowo technika handlowca. Te odpowiedzi były spójne, mimo, iż pytanie było tak sformułowane, aby zostawić margines swobody na wskazania wykraczające poza skojarzenia ze swoją ofertą edukacyjną (dla przypomnienia: Jakie wykształcenie powinna mieć osoba zatrudniona w zawodzie sprzedawcy?).

2. Preferowane szkoły

Osobom badanym zadano pytanie, mające na celu zebranie informacji o szkołach, których absolwenci są szczególnie dobrze przygotowani do pracy w zawodzie sprzedawcy.

Pracodawcy nie podali przykładów takich szkół. Ciekawe były w niektórych przypadkach ich komentarze podane podczas udzielania odpowiedzi:

- „Nie preferuję żadnej szkoły i nie znam żadnej szkoły, która dobrze przygotowuje do zawodu. Absolwenci szkoły handlowej nie potrafią obsługiwać kasy fiskalnej ani liczyć marży”;

- Nie. Szkoła nie uczy niczego co jest później potrzebne w pracy (Opinia oparta na przykładzie szkoły ukończonej przez pracownicę.)”;

- „Nie preferuję. W Ś. jest szkoła zawodowa, ale nie miałam do czynienia z jej uczniami lub absolwentami. Nie miałam też do czynienia z wystarczającą liczbą absolwentów takich szkół, żeby móc ocenić ich przygotowanie”;

- „Nie ma takiej szkoły”;

- „brak jest placówki, której absolwenci są bardziej pożądanymi niż inni. Wynika to z braku specjalizacji placówek szkoleniowych”.

To pytanie w kilku przypadkach zainspirowało pracodawców do tego, by wskazać pewne braki w przygotowaniu sprzedawców do pracy. Pytanie pozwoliło zebrać opinie na temat szkół kształcących sprzedawców.

Pracowników zapytano o to, czy szkoła przygotowała ich wystarczająco do pracy. Odpowiedzi były następujące:

- tak – 6 osób:

a) „Tak - jestem dobrze przygotowana do pracy w zawodzie sprzedawca. Bardzo dużo nauczyłam się w sklepie podczas praktyki”;

b) „Tak, poznałam organizację i technikę sprzedaży, towaroznawstwo, reklamę, zasady i sposoby szybkiego liczenia”;

c) „Tak, ukończyłam technikum handlowe, musiałam jednak we własnym zakresie ukończyć kurs kasy fiskalnej”;

d) „Skończyłam szkołę w W. i nie uważam, żeby to była zła szkoła. W momencie kiedy rozpoczynałam pracę (kilkanaście lat temu) czułam się przygotowana, ale wtedy było inaczej niż teraz – obecnie trzeba wiedzieć więcej”;

f) „Wystarczy ale tylko na początek pracy. Są różne sklepy branżowe, w każdej branży są inni klienci, inne oczekiwania, trzeba uczuć się o specyfice danej branży”;

g) „Tak, chociaż dużo musiałem się sam nauczyć, dowiedzieć.”

- Nie – 1 osoba:

„Nie. Szkoła zupełnie nie przygotowała mnie do tej pracy. Nie uczyłam się niczego, co teraz by mi się mogło przydać. Uczono nas głównie tego, co dotyczy branży spożywczej i

odzieżowej. Poznałam na przykład cały proces produkcji nabiałów. Poza tym korzystaliśmy z przestarzałych podręczników”;

- 1 osoba odpowiedziała”: „, nie kształciłem się w zawodzie sprzedawcy, ale nie sądzę, żeby szkoła kształciła w taki sposób, żeby z marszu rozpocząć pracę”.

Osoby są zadowolone ze swojego przygotowania zawodowego, wykształcenia formalnego. Uznały, że szkoła przygotowała ich pracy w zawodzie sprzedawcy, choć ich wypowiedzi wskazują na przykładowe mankamenty nauki szkolnej.

Przedstawiciele szkół byli pytani o to, jak postrzegają przygotowanie absolwentów do pracy. W 100% osoby badane uznały przygotowanie absolwentów do pracy w charakterze sprzedawcy za bardzo dobre bądź dobre. Uzasadnienia ich stanowisk były następujące:

a) „Absolwenci teoretycznie i praktycznie są bardzo dobrze przygotowani do zawodu sprzedawca adekwatnie do poziomu możliwości ucznia”;

b) „Przygotowanie dobre, w zależności od zaangażowania ucznia, cech psychofizycznych, miejsca odbywania praktyki”;

c) „Według mnie młodzież jest bardzo dobrze przygotowana do wykonywania zawodu sprzedawca. Popołudniami są organizowane dodatkowe kursy komputerowe oraz dodatkowe zajęcia z matematyki”;

d) „Dobrze, jednak jestem przeciwniczką 2-letnich systemów kształcenia, wolałabym żeby uczniowie zdobywali wiedzę w cyklu co najmniej trzyletnim”;

e) „Uważam, że absolwenci do pracy w tym zawodzie przygotowani są w dobrym stopniu”;

f) „Do pracy przygotowane są bardzo dobrze w zakresie podstawowych wymogów zawodu”.

Organizatorzy kształcenia zawodowego byli także pytani o ocenę programów kształcenia przewidzianych dla sprzedawcy. Wszyscy badani reprezentujący szkolnictwo zawodowe są zadowoleni z programów nauczania. Jednak wskazują pewne obszary, które można potraktować jako „luki edukacyjne”. Odpowiedzi badanych były następujące:

a) „Program jest dostosowany do wymogów stawianych przez pracodawcę. Mocną stroną jest korelacja międzyprzedmiotowa w obszarze przedmiotów zawodowych, oraz odbywanie praktyki. Program jest przeladowany – należałoby zmniejszyć ilość godzin”;

b) „Program dobry. Mocne strony to dużo potrzebnych treści teoretycznych z zakresu zaopatrzenia sprzedaży, znajomości towarów, reklamy. Mało komputera, kultury zawodu, brak arytmetyki gospodarczej”;

c) „Moim zdaniem jest zbyt mało zajęć z przedmiotów zawodowych, np. podstawy przedsiębiorczości (jedyne 1 godz. tygodniowo przez jeden rok). Uczniowie również bardzo słabo znają języki obce (również 1 godzina tygodniowo)”;

d) „Dostatecznie, mocną stroną jest możliwość przygotowania ucznia do wejścia na rynek pracy – takie przedmioty, jak towaroznawstwo, organizacja sprzedaży, promocja, obsługa klienta. Warto jednak byłoby zmodyfikować program nauczania o treści związane z obsługą klienta, myślę o prowadzeniu rozmów, brak metod symulacyjnych dotyczących tego aspektu, lepiej jest na poziomie technikum, w szkole zawodowej (2 lata kształcenia) mamy na to za mało czasu”;

e) „Moim zdaniem program nauczania jest bardzo dobry, jest łatwo przyswajalny dla uczniów, zawiera wiele przydatnych treści. Problemem jest jednak podejście uczniów do nauki”;

f) „Mocna strona: praktyki u pracodawcy. Uzupelić trzeba o zajęcia aktywizujące (w grupie), kasy fiskalne, zajęcia komputerowe”.

Z powyższych danych można wyciągnąć następujące wnioski:

- najbardziej zadowoleni z przygotowania zawodowego osób do pracy w zawodzie sprzedawcy są przedstawiciele szkolnictwa (100%);
- zdania podzielone mają sprzedawcy. Większość, 6 na 8 osób jest zadowolonych ze swojej edukacji szkolnej;
- pracodawcy nie wskazali szkół, które uznaliby za wiodące na rynku edukacyjnym. Nie wskazali szkół, które by ich zdaniem, dobrze przygotowywały do pracy w charakterze sprzedawcy.

3. Wymagane kwalifikacje

W dostępnych opracowaniach można znaleźć charakterystykę kwalifikacji absolwenta szkoły przygotowującej sprzedawców⁴. Podstawa programowa stanowi pewne wytyczne, które są brane pod uwagę podczas opracowywania programów nauczania przewidzianych dla zawodu sprzedawca. W tym podstawowym dokumencie można znaleźć zapis, iż w wyniku kształcenia w zawodzie uczeń (słuchacz) powinien umieć:

- 1) przyjmować i przechowywać towary;
- 2) przygotowywać towary do sprzedaży;

⁴ Podstawa programowa kształcenia w zawodzie sprzedawca, dokument pobrany 29.12.2009 r. z www.cku.chelm.pl.

- 3) eksponować towary;
- 4) korzystać z informacji o towarach z prospektów, ulotek, poradników oraz kodów informacyjnych, w oparciu o posiadaną wiedzę towaroznawczą;
- 5) rozróżniać cechy towarów;
- 6) stosować nowoczesne i specjalne formy sprzedaży;
- 7) prowadzić właściwą rozmowę sprzedażową;
- 8) prezentować towar i udzielać odpowiednich porad;
- 9) wystawiać dokumenty związane z obrotem towarowym;
- 10) prowadzić ewidencję sprzedaży;
- 11) sprawnie dokonywać obliczeń rachunkowych oraz szacować wyniki;
- 12) inkasować należności i odprowadzać utargi;
- 13) obliczać ceny, marże, podatek od towarów i usług, zapasy towarów;
- 14) obliczać różnice inwentaryzacyjne;
- 15) dokonywać inwentaryzacji towarów;
- 16) obsługiwać urządzenia i sprzęt techniczny stosowany w nowoczesnych sklepach;
- 17) obsługiwać komputer i korzystać z programów użytkowych;
- 18) stosować przepisy dotyczące uprawnień klienta z tytułu gwarancji i rękojmi;
- 19) zbierać informacje o potrzebach klientów;
- 20) dbać o właściwą zależność między działalnością placówki handlowej a otoczeniem;
- 21) racjonalnie wykorzystywać powierzchnię sklepu;
- 22) dbać o estetykę sklepu;
- 23) przewidywać wielkość sprzedaży oraz rotacji w celu ustalenia zapotrzebowania na towary;
- 24) pozyskiwać nabywców, zbierać zamówienia i zawierać umowy sprzedaży w oparciu o oferowane przez akwizytora próbki, prospekty oraz wzory;
- 25) nawiązywać kontakty z nabywcą i prowadzić bezpośrednią sprzedaż przez akwizytora;
- 26) posługiwać się podstawowymi przepisami prawa pracy;
- 27) racjonalnie organizować pracę własną;
- 28) działać zgodnie z zasadami etyki i kultury zawodu;
- 29) przestrzegać przepisów: bezpieczeństwa i higieny pracy, przeciwpożarowych, ochrony środowiska i sanitarno – epidemiologicznych⁵.

⁵ Tamże, s. 1-2.

Sprawdzianem tego, czy uczeń / słuchacz potrafi wykonać to, co zostało wyżej zapisane, jest egzamin potwierdzający kwalifikacje zawodowe. Egzamin zawodowy przeprowadza okręgowa komisja egzaminacyjna. Egzamin zawodowy składa się z dwóch etapów:

- etapu pisemnego (który składa się z dwóch części);
- etapu praktycznego.

Etap pisemny jest przeprowadzany w formie testu i składa się z dwóch części, podczas których zdający rozwiązuje:

- w części pierwszej - zadania sprawdzające wiadomości i umiejętności właściwe dla kwalifikacji w danym zawodzie,
- w części drugiej - zadania sprawdzające wiadomości i umiejętności związane z zatrudnieniem i działalnością gospodarczą.

Etap praktyczny polega na wykonaniu zadania egzaminacyjnego, sprawdzającego praktyczne umiejętności z zakresu kwalifikacji w danym zawodzie. Etap praktyczny polega na wykonaniu zadania egzaminacyjnego zawartego w arkuszu egzaminacyjnym na stanowisku egzaminacyjnym wyposażonym zgodnie ze standardami wymagań będącymi podstawą przeprowadzania egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe w danym⁶.

Wynik egzaminu zawodowego ustala okręgowa komisja egzaminacyjna. Wynik ten jest ostateczny. Absolwent, który zdał egzamin zawodowy, otrzymuje dyplom potwierdzający kwalifikacje zawodowe.

Na wniosek absolwenta, do dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe dołącza się Europass - Suplement do Dyplomu Potwierdzającego Kwalifikacje Zawodowe, sporządzony na podstawie opisu kwalifikacji absolwenta albo opisu zawodu, określonych w podstawie programowej kształcenia w danym zawodzie. Dokument ten określa zakres kompetencji osoby posiadającej dyplom zawodowy oraz ułatwia zrozumienie znaczenia dyplomu, opisuje umiejętności i uprawnienia posiadacza dyplomu, jest ściśle powiązany z zawodem (w danym kraju posiadacze określonego dyplomu otrzymają taki sam suplement), posiada taką samą strukturę we wszystkich krajach UE. Europass - Suplement do Dyplomu Potwierdzającego Kwalifikacje Zawodowe nie zastępuje oryginału dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe, ani też nie uprawnia do formalnego uznania dyplomu przez instytucje w innych krajach, ale ułatwia posiadaczom poruszanie się po europejskim rynku pracy. Dyplomy i suplementy do dyplomów wydają okręgowe komisje egzaminacyjne.

⁶ Opracowano na podstawie informacji zamieszczonych na: www.cke.edu.pl.

Wcześniej opisano kwalifikacje wynikające z posiadanego wykształcenia zawodowego osób pracujących w zawodzie sprzedawcy. Otrzymane dokumenty (świadectwo, dyplom potwierdzający kwalifikacje zawodowe) stanowią w mniejszym bądź większym stopniu wymóg brany pod uwagę podczas poszukiwania pracy.

Wszystkie trzy grupy były pytane o dodatkowe uprawnienia formalne wymagane w pracy sprzedawcy (wykraczające poza dotychczasowe kształcenie zawodowe).

Tabela 1. Dodatkowe kwalifikacje w opiniach badanych

Dodatkowe kwalifikacje wymagane przez pracodawców (liczba wskazań)	Dodatkowe kwalifikacje wskazywane przez pracowników (liczba wskazań)	Dodatkowe kwalifikacje wskazywane przez organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - certyfikat obsługi kasy fiskalnej (4) - obsługa komputera (2) - techniki obsługi klienta (2) - obsługa wózków z napędem silnikowym (1) - prawo jazdy (1) - techniki sprzedaży (1) - nie ma takiej potrzeby (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - certyfikat obsługi kasy fiskalnej (3) - obsługa wózków z napędem silnikowym (1) - język obcy (1) - obsługa komputera (1) - kursy branżowe (1) - techniki obsługi klienta (1) - techniki sprzedaży (1) - przepisy BHP (1) - przepisy sanitarne (1) - nie ma takiej potrzeby (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - certyfikat obsługi kasy fiskalnej (6) - kurs obsługi wózków widłowych (2) - kurs komputerowy (2) - certyfikat kart płatniczych z terminalem (1) - obsługa klienta (1) - przedsiębiorczość (1) - marketing (1) -certyfikat kasjera złotówkowego i walutowego (1)

Analizując powyższe dane można wyciągnąć następujące wnioski co do dodatkowych formalnych uprawnień wymaganych w zawodzie sprzedawcy:

- wszystkie grupy badanych mają przykłady dodatkowych wymagań (formalnych, potwierdzonych certyfikatami);
- wszystkie trzy grupy badanych wskazują w głównej mierze na certyfikat obsługi kasy fiskalnej;

- certyfikaty związane z obsługą komputera, obsługą klienta także znalazły się wśród wskazań każdej z grup badanych;
- tylko w grupie organizatorów kształcenia zawodowe nie było odpowiedzi typu „nie ma takiej potrzeby”.

4. Znaczenie doksztalcania, doskonalenia zawodowego i samokształcenia

Trzy grupy badanych były pytane o znaczenie doksztalcania, doskonalenia zawodowego i samokształcenia. Badani wskazywali obszary, które powinny zainteresować sprzedawców chcących profesjonalnie wykonywać swoją pracę.

Tabela 2. Doksztalcanie / doskonalenie zawodowe w opiniach badanych

Doksztalcanie/doskonalenie – przykłady wskazane przez pracodawców (liczba wskazań)	Doksztalcanie/doskonalenie – przykłady wskazane przez pracowników (liczba wskazań)	Doksztalcanie/doskonalenie – przykłady wskazane przez organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - kontakty interpersonalne (5) - nowe techniki obsługi klienta (3) - nowe towary (2) - asertywność (1) - nowe sposoby zapłaty (1) - język obcy (1) - psychologia sprzedaży (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (3) - nowe towary (1) - nowe kasy fiskalne (1) - negocjacje (1) - kursy branżowe (1) - kursy komputerowe (1) - aktywna sprzedaż (1) - psychologia sprzedaży (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (5) - nowe towary (2) - psychologia sprzedaży (2) - wizaż - komunikacja interpersonalna (2) - rozwiązywanie konfliktów (1) - marketing (1) - rachunkowość (1) - kursy branżowe (1)

Z analizy powyższych danych zamieszczonych w tabelce można wyciągnąć następujące wnioski:

- trzy grupy badanych dostrzegają przykłady obszarów wiedzy, umiejętności, które mogą być przedmiotem doksztalcania, doskonalenia zawodowego sprzedawców;
- wszystkie trzy grupy badanych za wiodące obszary doksztalcania/doskonalenia zawodowego uznały kontakty interpersonalne/ komunikację interpersonalną i obsługę klienta;

- obszarem podanym przez trzy grupy badanych jest także psychologia sprzedaży, co wiąże się z poprzednim wnioskiem;
 - wiedza o nowych towarach jest także obszarem dostrzeganym zarówno przez pracodawców, pracowników jak i organizatorów kształcenia zawodowego.
- Badani byli także pytani o znaczenie samokształcenia w wykonywaniu pracy sprzedawcy.

Tabela 3. Znaczenie samokształcenia sprzedawców w opiniach badanych

Samokształcenie w opiniach pracodawców (liczba wskazań)	Samokształcenie w opiniach pracowników (liczba wskazań)	Samokształcenie w opiniach organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - „ważne” (4) - „byłoby mile widziane, ale nie konieczne” (1) - „ważne, mile widziane” (1) - „jest bez znaczenia w branży spożywczej” (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - „ważne” (3) - „ułatwia znalezienie pracy jest na plus pracodawcy i pracownika” (1) - „powoduje, że czuję się bardziej kompetentna” (1) - „w branży spożywczej nie ma znaczenia” (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - „absolwenci są nie chętni do samokształcenia” (2) - „bez samokształcenia nie ma dobrego sprzedawcy” (1) - „w obecnych czasach w każdym zawodzie trzeba się rozwijać” (1) - „trzeba wdrażać uczniów do samokształcenia” (1) - „konieczne” (1)

Wszystkie grupy badane wskazywały jako uzasadnienie konieczność bycia na bieżąco z nowymi towarami, nowościami technicznymi. Najmniej uzasadnień podawali pracodawcy. Często ograniczali się tylko do stwierdzeń zamieszczonych w tabeli. Pracownicy bardziej otwarcie podkreślali korzyści płynące z samokształcenia np.

a) „*Czytam informacje (ulotki) o różnych towarach znajdujących się na rynku, rozmawiam z ludźmi dzięki czemu poznaję ich oczekiwania i opinię*”;

b) „*Jest niezbędne, należy czytać o nowościach, patrzeć na modę (szeroko rozumianą), znać nowinki techniczne*”;

c) „*Powoduje, że czuję się bardziej kompetentna*”.

Ciekawe spostrzeżenia dotyczące znaczenia samokształcenia w zawodzie sprzedawcy mieli organizatorzy kształcenia zawodowego. Oni dostrzegają trudności w zachęceniu młodzieży do samodzielnego zdobywania wiedzy, rozwijania swoich kompetencji. Przykłady uzasadnień w tej grupie badanych były następujące:

- a) *„Bez samokształcenia nie ma dobrego sprzedawcy - musi znać towar, który oferuje, nowe sposoby reklamy, marketingu”;*
- b) *„Uczniowie powinni się doskonalić, ale z moich obserwacji wynika, że nie wykazują takiego zainteresowania”;*
- c) *„Jest na średnim poziomie, jednak uważam, że powinno się wdrażać ucznia już w szkole do poznawania i poszukiwania nowych potrzebnych mu treści i umiejętności przydatnych w zawodzie”;*
- d) *„W obecnych czasach w każdym zawodzie trzeba rozwijać się”.*

5. Znaczenie doświadczenia zawodowego

Badane osoby były pytane o znaczenie doświadczenia zawodowego w wykonywaniu pracy sprzedawcy. Trzy grupy badanych dostrzegają zalety doświadczenia zawodowego.

Wypowiedzi pracodawców na temat znaczenia doświadczenia zawodowego w pracy sprzedawcy były następujące:

- a) *„Doświadczenie zawodowe jest bardzo ważne. Każdego nowego pracownika (absolwenta szkoły) musiałam uczyć obsługiwać kasę fiskalną co zajmowało mi minimum tydzień pracy”;*
- b) *„Potrzebne, ale nie konieczne”;*
- c) *„Pracownik, który ma doświadczenie zawodowe jest pewniejszy siebie, mogę liczyć na jego samodzielność w podejmowaniu decyzji”;*
- d) *„Według mnie nie ma znaczenia, nie jest potrzebne. Wystarczy, że ktoś ma predyspozycje, a reszty nauczy się w trakcie pracy. Najważniejsze, żeby ktoś się nadawał, bo albo się ktoś do tej pracy nadaje, albo nie”;*
- e) *„Nie jest konieczne. Jeśli jest to może pomagać – zwłaszcza w momencie rozpoczynania nowej pracy, ale często laicy radzą sobie bardzo dobrze”;*
- f) *„Ważne jest doświadczenie, ale ono nie determinuje czy ktoś jest dobrym sprzedawcą, ważne są predyspozycje osobowościowe”*
- g) *„Doświadczenie jest bardzo istotne ponieważ pracownik na podstawie w zawodzie. Jednak dobrego sprzedawcę można też zrobić z pracownika bez doświadczenia (...)”*
- h) *„niezbędne”.*

Analizując przytoczone wypowiedzi pracodawców można dostrzec, że nie wszyscy cenią sobie doświadczenie zawodowe u swoich pracowników. Większość pracodawców nie twierdzi, że doświadczenie w pracy sprzedawcy jest nieodzowne. Dają szansę także tym, którzy zaczynają pracę, którzy nie mają doświadczenia zawodowego. Zdaniem pracodawców doświadczenie zawodowe nie determinuje tego, że się jest dobrym sprzedawcą.

Pracownicy w przeciwieństwie do pracodawców bardzo cenią sobie doświadczenie zawodowe w wykonywanej pracy. Ich wypowiedzi w tej kwestii były następujące:

- a) *„Jest bardzo potrzebne. Wraz z doświadczeniem wszystkie umiejętności wykonuję szybciej, lepiej, dokładnie. Potrafię rozmawiać z klientem, doradzać”;*
- b) *„Jest potrzebne, ale nie niezbędne”;*
- c) *„Pracuje tu ok. roku, już w chwili obecnej mogę powiedzieć, że doświadczenie daje mi przede wszystkim pewność siebie”;*
- d) *„Jest pomocne i ułatwia pracę”;*
- e) *„Pomaga znaleźć się w różnych sytuacjach np. w przypadku kradzieży, w obsłudze wybuchowych lub nietrzeźwych klientów”;*
- f) *„Jest ważne, to jest lepsze obycie z klientem, łatwiej rozwiązywać problemy i radzić sobie z trudnymi klientami”;*
- g) *„Bardzo ważne”;*
- h) *„bardzo ważne, szczególnie branżowe”.*

Pracownicy postrzegają doświadczenie zawodowe jako atut. Twierdzą, że ono ułatwia im pracę, jest pomocne w trudnych sytuacjach, z którymi spotykają się podczas swojej pracy. Zdaniem pracowników doświadczenie zawodowe służy rozwojowi umiejętności potrzebnych w pracy sprzedawcy, pozwala czuć się pewnie w wykonywaniu zadań zawodowych.

Organizatorzy kształcenia zawodowego także dostrzegają znaczenie doświadczenia zawodowego w pracy sprzedawcy. Ich wypowiedzi były następujące:

- a) *„Bardzo duża jest rola doświadczenia zawodowego; pomaga w nawiązaniu kontaktu z klientem, dostawcą; pracownik właściwie reklamuje towar, nabywa umiejętności interpersonalnych, stosuje wiedzę towaroznawczą w praktyce oraz przepisy bhp”;*
- b) *„Potrzebne z punktu widzenia pracodawcy, pomocne w kontaktach z różnymi klientami np. sytuacje dotyczące reklamacji klientów”;*
- c) *„Doświadczenie uczniowie zdobywają podczas praktyk zawodowych oraz na zajęciach praktycznych w szkole. Jednak jest to zdecydowanie zbyt mało, dlatego doświadczenie zawodowe zdobywają dopiero w trakcie pracy”;*

d) „Potrzebne byłoby wszechstronne doświadczenie (w różnych branżach) żeby ułatwić podjęcie pracy przez ucznia, niekoniecznie w branży, w której miał praktykę”;

e) „Istotne ale, uzależnione od pracodawcy (typu placówki)”;

e) „Uczniowie w trakcie nauki mają praktyki zawodowe, ale pracodawcy często nie pozwalają uczniom wykonywać wielu czynności. Bardziej traktują uczniów jako osoby do pomocy”.

Organizatorzy kształcenia zawodowego postrzegają doświadczenie zawodowe jako ważne w pracy sprzedawcy. Ich zdaniem ono ułatwia wykonywanie pracy zawodowej. Ta grupa badanych dodatkowo dostrzega pewne istotne kwestie związane z nabywaniem doświadczenia zawodowego. Dostrzegają, że:

- zdobywa się je głównie w pracy, a nie na praktykach;
- jego rola bywa zależna od pracodawcy;
- pracodawcy często nie stwarzają na praktykach młodzieży sytuacji zawodowych mogących stanowić źródło doświadczenia zawodowego.

6. Wymogi rekrutacyjne

Od kilku lat obserwuje się bardzo widoczną tendencję wzrostową w branży handlowej. Sprzedawca jest zatrudniany w istniejących i nowo powstających centrach handlowych, jak również w mniejszych, pojedynczych sklepach i punktach sprzedaży. Sprzedawców, szczególnie młodych, zatrudniają sklepy firmowe oferujące markową odzież, sprzęt muzyczny, sportowy, stoiska wydawnictw muzycznych i sieci księgarni. Zadania zawodowe sprzedawcy⁷ obejmują zadania właściwe dla zawodów: akwizytor oraz pracownik salonu sprzedaży, czyli punktu sprzedaży o wysokim standardzie obsługi. W podstawie programowej przewidziano także ukształtowanie takich umiejętności, które pozwalają na podjęcie działalności gospodarczej na własny rachunek. Miejscem pracy sprzedawcy będzie zatem punkt sprzedaży detalicznej (bez względu na jego standard i stosowaną formę sprzedaży) a także wszystkie te miejsca, w których dokonuje się sprzedaży akwizycyjnej a w szczególności: hurtownie, punkty sprzedaży detalicznej, mieszkania, instytucje. Od osób tam zatrudnionych wymagana jest bardzo często znajomości języka obcego (głównie angielskiego) i wysoka kultura obsługi klienta. Pracodawcy są świadomi tego, że konkretna wiedza, znajomość nowoczesnych technik sprzedaży i handlu, rozwijanie umiejętności interpersonalnych korzystnie wpływają na efektywność sprzedaży, dlatego też chętnie inwestują w pracowników, proponując im różne kursy i szkolenia.

⁷ Podstawa programowa kształcenia w zawodzie sprzedawca, s.3.

Z reguły pracodawcy nie ustalają granic wieku. Zatrudniają młode osoby licząc na ich zapał do pracy, pomysłowość, niekonwencjonalne rozwiązania, natomiast w starszych widzą fachowość i doświadczenie.

Rozwój technologii informatycznej spowodował również w branży sprzedażowej nowe możliwości zatrudnienia. W dużym stopniu rozwija się obecnie sprzedaż przez Internet tzw. e-sprzedaż, która może stanowić uzupełnienie sprzedaży bezpośredniej, jak również może być oferowana na rynku jako odrębna forma sprzedaży. Znaleźć można sprzedawców, którzy uzyskują dochód i utrzymują się tylko z takiej formy pracy. Do zadań osoby zajmującej się sprzedażą przez Internet należy wyszukiwanie towarów, na które jest zapotrzebowanie, fotografowanie ich, opisywanie oraz zamieszczanie zdjęć wraz z opisami w Internecie. Jest to praca, którą można wykonywać w domu, magazynując niewielkie ilości towarów. Wraz z rozwojem firmy, magazyny mogą stawać się coraz większe. Wielkość lokalu zależy również od wielkości sprzedawanych produktów. Sprzedaż on-line jest pracą samodzielną, wykonywaną indywidualnie. Klienci kontaktują się ze sprzedawcą głównie za pomocą poczty elektronicznej, ale również przez telefon. Komputer wykorzystywany jest nie tylko do internetowego eksponowania produktów i kontaktów z klientami, ale również do tworzenia baz danych klientów. Programem najczęściej wykorzystywanym i wystarczającym do prowadzenia sprzedaży przez Internet jest Outlook. Niezbędna jest również przeglądarka internetowa. Organizacja czasu pracy w sprzedaży przez Internet w pełni należy do sprzedawcy, który sam wyznacza sobie godziny pracy. W tego rodzaju pracy przydają się zainteresowania informatyką, Internetem i wymianą handlową. Z reguły sprzedaż przez Internet na początku działalności firmy realizuje się jednoosobowo. Z czasem, kiedy ten rodzaj pracy przynosi zyski, firma zaczyna zlecać coraz więcej zadań innym, przez co przydatne zaczynają być umiejętności koordynowania pracą zespołu. Sprzedaż on-line jest stosunkowo nową formą sprzedaży. Nie ma w tym zakresie dostępnych, formalnie wyodrębnionych ścieżek kształcenia. Wykonywanie tej pracy wymaga szerokiej ogólnej wiedzy informatycznej oraz umiejętności obsługi Outlooka i Internetu. Najbardziej atrakcyjne w prowadzeniu sprzedaży przez Internet wydają się nieograniczone możliwości indywidualnego rozwoju, samodzielność oraz niezależność⁸.

⁸ M. Mrozek, Vademecum zawodów sprzedażowych, materiał pobrany ze strony www.doradca-zawody.pl (25.12.2009)

Podczas rekrutacji na stanowisko sprzedawcy są stawiane różne wymagania. W ofertach pracy są zamieszczone następujące warunki:

- łatwość nawiązywania kontaktów, komunikatywność;
- zaangażowanie;
- umiejętność sprzedaży;
- umiejętność pracy w zespole;
- doświadczenie mile widziane;
- dobra prezencja i wysoka kultura osobista;
- znajomość branży IT;
- samodzielność;
- wykształcenie minimum zawodowe lub średnie;
- uczciwość;
- sumienność;
- entuzjazm⁹.

Osoby badane były pytane o wymogi rekrutacyjne kierowane do osób zatrudnianych jako sprzedawcy.

Pracodawcy przy zatrudnianiu pracowników – sprzedawców zwracają uwagę na wykształcenie zawodowe, ale i na inne kwestie nie związane bezpośrednio z posiadaniem przez kandydatów dyplomem czy świadectwem.

Tabela 4. Wymogi rekrutacyjne w opiniach badanych

Wymogi rekrutacyjne wg pracodawców (liczba wskazań)	Wymogi rekrutacyjne wg pracowników (liczba wskazań)	Wymogi rekrutacyjne wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - komunikatywność (5) - wygląd, miła aparycja (3) - ukończenie szkoły kierunkowej (3) - miła (3) 	<ul style="list-style-type: none"> - wykształcenie (8) - komunikatywność (4) - wygląd (4) - doświadczenie (2) - wiek (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa kasy fiskalnej (3) - ukończenie szkoły z egzaminem potwierdzającym kwalifikacje zawodowe (2) - znajomość oprogramowania

⁹ Są to przykłady najczęściej pojawiających się wymagań rekrutacyjnych w dodatku „Praca” w IV kwartale 2009 (Gazeta Wyborcza).

<ul style="list-style-type: none"> - kultura osobista (2) - pracowitość (2) - umiejętność szybkiego uczenia się (2) - opanowana (1) - powinna umieć wyeksponować towar na półkach (1) - musi umieć liczyć (1) - schludność (1) - czystość (1) - wiedza o tym, na czym polega praca w sklepie (1) - znajomość programów sprzedażowych (1) - punktualność (1) - optymizm (1) - uczciwość (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - to co umiem (1) - niepalenie papierosów (1) - referencje (1) - znajomości (1) - kultura osobista (1) - asertywność (1) 	<ul style="list-style-type: none"> komputerowego (2) - dyspozycyjność (2) - wygląd (2) - komunikatywność (2) - wykształcenie wyższe (1) - zaświadczenie lekarza o braku przeciwwskazań zdrowotnych (1) - doświadczenie zawodowe (1) - posiadanie uprawnień np. na wózki (1) - pracowitość (1) - liczenie (1) - wystawianie faktur (1)
---	---	--

Z danych zamieszczonych w tabeli można wyciągnąć następujące wnioski:

- wykształcenie jako wymóg rekrutacyjny wymieniają głównie pracownicy;
- komunikatywność jest wymogiem rekrutacyjnym wskazywanym głównie przez pracodawców i pracowników;
- ważnym wymogiem rekrutacyjnym jest wygląd;
- doświadczenie zawodowe nie pojawiło się w opiniach pracodawców (co koresponduje w pytaniem wcześniejszym dotyczącym znaczenia doświadczenia zawodowego w pracy sprzedawcy);
- pracodawcy w większej mierze przywiązują uwagę podczas rekrutacji do kompetencji ponadzawodowych;
- organizatorzy kształcenia zawodowego w większości zwracali uwagę na formalne kwalifikacje, stanowiące ich zdaniem główny wymóg rekrutacyjny.

W przypadku pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego pytano także o to jak wygląda postępowanie rekrutacyjne.

Tabela 5. Postępowanie rekrutacyjne w opiniach pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego

Postępowanie rekrutacyjne wg zatrudnionych pracowników	Postępowanie rekrutacyjne w opiniach organizatorów kształcenia zawodowego
<ul style="list-style-type: none"> - „krótka rozmowa na temat kwalifikacji i umiejętności. Pracodawczyni zapoznała się także z opinią od poprzedniego pracodawcy” - „rozmowa kwalifikacyjna (ogłoszenie w sklepie)” - „siostra mi znalazła pracę w galerii” - „rozmowa kwalifikacyjna (po dostarczeniu CV)” - „przeszłam z firmy męża szefowej” - „od początku pracuję na stoisku z obuwem i konfekcją damską” - „dowiedziałam się od znajomego o wolnym miejscu, złożyłam CV, poszłam na rozmowę, przesłam krótki instruktaż i pracuję” - „ogłoszenie w sklepie, przesłam rozmowę z szefową” 	<ul style="list-style-type: none"> - „W wyniku umowy o pracę po praktyce szkolnej lub po zapoznaniu się z ofertą Urzędu Pracy lub z ogłoszenia lub z polecenia znajomych lub z Internetu” - „Poprzez urzędy pracy, z polecenia znajomych, z wolnej reki, przez ogłoszenia różnego rodzaju” - „Często uczniowie podejmują pracę w sklepie lub zakładzie, w którym mieli praktykę, inni odpowiadają na ogłoszenia lub szukają na własną rękę” - „składanie CV, potem rozmowa kwalifikacyjna, sprawdzenie wiedzy praktycznej” - „Nie potrafię odpowiedzieć na to pytanie” - „Nie wiem”

Porównując cytowane wypowiedzi pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego, można wyciągnąć następujące wnioski:

- pracownicy podają podobną strukturę postępowania rekrutacyjnego (informacja, złożenie CV, rozmowa kwalifikacyjna”;
- niektórzy badani wskazali na obecność osób, które były zaangażowane w zdobywanie przez nich pracy;
- organizatorzy zwrócili uwagę na sposoby poszukiwania pracy, m.in. na instytucję jaką jest urząd pracy;
- organizatorzy kształcenia zawodowego sygnalizowali fakt znajdowania pracy dzięki wcześniejszej praktyce w określonych miejscach;

- warto zwrócić uwagę, że dwie osoby reprezentujące szkolnictwo zawodowe nie wiedziały nic na temat rekrutacji osób do pracy w zawodzie sprzedawcy.

Pracodawcy byli dodatkowo pytani o to, czy rozważają wprowadzenie dodatkowych wymogów rekrutacyjnych dla osób chcących pracować w charakterze sprzedawcy.

Ich odpowiedzi były następujące:

- a) „nie” – 2 osoby;
- b) „niekaralność”;
- c) „Dla mnie ważne jest, aby sprzedawca był przyjaźnie nastawiony do klienta, umiał organizować pracę”;
- d) „Nie. Tak jak mówiłam – najważniejsza jest kontaktowość, a innych rzeczy można się nauczyć później”;
- e) „Znajomość języka angielskiego, odporność na stres, dobra komunikatywność”.

Natomiast osoby pracujące w zawodzie sprzedawcy byli pytani o to, czy jest coś co ułatwiałoby staranie się o pracę w charakterze sprzedawcy. Odpowiedzi były następujące:

- a) „Certyfikat obsługi kas fiskalnych”;
- b) „Obsługa kasy fiskalnej, kwalifikacje w zakresie reklamy - umiejętne eksponowanie towarów”;
- c) „Znajomość języków obcych, ale także znajomość technik sprzedaży”;
- d) „Nie. Uważam, że w tym zawodzie nie są potrzebne”;
- e) „Nie. Może znajomość obsługi kasy fiskalnej, chociaż często wchodzi nowe i trzeba od nowa się uczyć”;
- f) „Np. kursy negocjacji, profesjonalnej obsługi klienta”;
- g) „obsługa kasy fiskalnej; posiadanie książeczki zdrowia”;
- h) „kursy sprzedaży i komputerowy”.

Pracownicy w głównej mierze podkreślają znaczenie certyfikatu obsługi kasy fiskalnej. A także doceniają kursy związane ze sprzedażą towarów.

Pracodawcy byli dodatkowo pytani o to jak zapatrują się na zatrudnianie absolwentów. Ich odpowiedzi były następujące:

- a) „Absolwenci szkoły handlowej teoretycznie są może dobrze przygotowani do zawodu, ale praktycznie nie potrafią zbyt wiele. Kandydat do zawodu ze szkołą i bez szkoły mają takie samo przygotowanie”;
- b) „Najczęściej byli to uczniowie, którzy odbywali praktyki /mogę wybrali najlepszych”;

- c) „Nie mam doświadczenia, jeśli chodzi o zatrudnianie absolwentów”;
- d) „To jest obojętne, bo szkoła nie przygotowuje do tej pracy, nie uczy nic potrzebnego – przynajmniej w tej branży. Ważne są predyspozycje, a nie szkoła”;
- e) „Są mile widziani – posiadanie kierunkowego wykształcenia byłoby dodatkowym atutem, ale bardziej zwracam uwagę na inne aspekty – zwłaszcza na kontaktowość”;
- f) „Jestem otwarty i życzliwie nastawiony, trzeba dać im szansę, są młodzi pełni energii”.

Odpowiedzi ww. nie świadczą w każdym przypadku o przychylności pracodawców do zatrudniania absolwentów, do traktowania ich w jakiś szczególny sposób. Są jednak także tacy pracodawcy, których można uznać za przychylnych absolwentom, dających im szansę. Warto podkreślić, że można dostrzec pewną konsekwencję w wypowiedziach pracodawców, a mianowicie możliwość odstępstwa od wymogu rekrutacyjnego jakim jest wykształcenie kierunkowe.

Pracodawcy i organizatorzy kształcenia zawodowego zostali zapytani o to, co trzeba umieć rozpoczynając pracę w charakterze sprzedawcy.

Tabela 6. Przygotowanie „na stracie” do pracy sprzedawcy w opiniach pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego

Przygotowanie „na stracie” wg pracodawców (liczba wskazań)	Przygotowanie „na stracie” wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
- prowadzenie rozmów z klientami (5)	- obsługa klienta (4)
- obsługa kasy fiskalnej (2)	- obliczanie i zainkasowanie należności (4)
- liczenie (2)	- obsługa kasy fiskalnej (3)
- zamawianie i przyjmowanie towar (2)	- znajomość zagadnień towaroznawstwa (3)
- obsługa terminala płatniczego (1)	- rozmieszczanie towarów na półkach, chronienie towaru przed ubytkami i zniszczeniem (3)
- układanie towaru na półkach (1)	- odprowadzanie utargu (2)
- obserwowanie (1)	- znajomość zagadnień z organizacji sprzedaży (1)
- myślenie (1)	- znajomość podstaw działalności handlowej, sprzedaży towarów (1)
- negocjacje (1)	- obsługa oprogramowania SUBIEKT (1)
- organizowanie sobie pracę (1)	- znajomość zasad bhp (1)
- posiadanie chęci do pracy (2)	

	<ul style="list-style-type: none"> - stosowanie odzieży ochronną (1) - umiejętność interpretacji uprawnień klienta - reklamacje (1) - prowadzenie rozmowy sprzedażowej (1) -interpretacja napisów na towarach (1) - przygotowanie sklepu do sprzedaży (1) - przyjmowanie i przechowywanie towar (1) - dbałość o czystość w sklepie (1) - bycie wyrozumiałym i taktownym (1) - znajomość kodów kreskowych (1)
--	--

Pracodawcy i organizatorzy kształcenia zawodowego byli także pytani o to, czego nie umieją osoby rozpoczynające pracę w charakterze sprzedawcy.

Tabela 7. „Braki” na stracie u pracowników w opiniach pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego

„Braki” na stracie u pracowników w opiniach pracodawców (liczba wskazań)	Braki” na stracie u pracowników w opiniach organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> -obsługa kasy fiskalnej (4) - obsługa klienta (3) - dobre wydawanie pieniędzy (2) - umiejętność wyeksponowania towaru (2) - obsługa terminala płatniczego (1) - obliczanie marży (1) - rozmowy z klientem (1) - przestrzeganie przepisów bhp i sanitarnych (1) - właściwie ubiór (1) - rozliczanie kasy (1) - liczenie pogotowia kasowego (1) - układanie, dokładanie, eksponowanie, 	<ul style="list-style-type: none"> - liczenie (3) - wypisywanie faktur (3) - obsługa kasy fiskalnej (2) - prowadzenie rozmowy sprzedażowej (1) - wypełnianie dokumentacji sprzedaży (1) - udzielanie poradnictwa sprzedażowego (1) - bycie etycznym (1) - planowanie pracy (1) - komunikowanie się (1) - obsługa terminala płatniczego (1)

zamawianie towaru (1)	
- dbałość o porządek (1)	
- obsługa programów sprzedażowych (1)	
- logiczne myślenie (1)	
- znajomość technik sprzedaży (1)	

7. Oczekiwania wobec szkół kształcących w zawodzie sprzedawcy

Pracodawcy byli pytani o oczekiwania wobec szkół, które przygotowują sprzedawców. Ich odpowiedzi były następujące:

- a) „Podstawowe. Nauka obsługi kas fiskalnych, obsługa terminali płatniczych, umiejętności matematyczne (liczenie marży) i umiejętność prowadzenia rozmowy sprzedażowej z klientem”;
- b) „Lepsze przygotowanie z szybkiego i poprawnego liczenia”;
- c) „Wydaje mi się, że szkoły kładą zbyt mały nacisk na znajomość jęz. obcych”;
- d) „W szkole uczą wielu niepotrzebnych później w pracy rzeczy, a zakres nauki powinien obejmować głównie naukę praktyczną dotyczącą obsługi klienta, ekspozycji towaru i gospodarki magazynowej”;
- e) „Zakres nauki powinien obejmować głównie naukę obsługi klienta, kontaktów z klientem. Szkoły powinny lepiej przygotowywać pod kątem układania towarów – ze względu na asortyment i wizualnie”;
- f) „Ważny jest wyższy poziom kształcenia ogólnego i dodatkowe umiejętności takie jak umiejętność negocjacji ,radzenia sobie z trudnościami”;
- g) „Więcej praktyk; lepsza kadra kształcąca; lepszy dobór kandydatów do szkoły”;
- g) „Nie mam oczekiwań, szkoły nie kształcą na pracowników. I tak trzeba przyuczać”.

Można powiedzieć, że pracodawcy oczekują wiele od szkół jeśli chodzi o przygotowanie osób do pracy w charakterze sprzedawcy. Głównie są to oczekiwania:

- nauki szybkiego i poprawnego liczenia;
- nauki obsługi kas fiskalnych, obsługi terminali płatniczych;
- kształtowania umiejętności obsługi klienta;
- właściwego obchodzenia się z towarami.

Pracodawcy i organizatorzy byli pytani także o to, czy ze sobą współpracują.

Tabela 8. Współpraca pracodawców i szkół zawodowych (opinie pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego)

Współpraca pracodawców ze szkołami wg pracodawców (liczba wskazań)	Współpraca szkół zawodowych z pracodawcami wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<p>- „Nie współpracuję” (6)</p> <p>- „Nie. Nie mogę przyjmować na praktyki uczniów szkół zawodowych, ponieważ nie spełniam warunków (brak przygotowania pedagogicznego)” (1)</p> <p>- „Tak, w zakresie praktyk” (1)</p>	<p>- „Tak – sprawdzenie obecności uczniów na praktyce szkolnej, sprawdzenie prowadzenia dzienniczków praktyk, z których wynika ocena, rozmowa z pracodawcą, rozwiązywanie problemów” (1)</p> <p>- „tak, praktyki zawodowe” (1)</p> <p>- „Szkoła nie współpracuje z pracodawcami, uczniowie sami załatwiają sobie praktyki zawodowe” (1)</p> <p>- „Tak, spotkania z pracodawcami, wspólne ustalanie planu, np. grafik praktyk - ciągłość przez cały tydzień, przyjmowanie pracodawców jako obserwatorów (mają swoje karty obserwacji) na próbnych egzaminach zawodowych, poznają wtedy wymagania egzaminacyjne i mogą uczniom pomóc w ich przygotowaniu do egzaminu właściwego” (1)</p> <p>- „Tak, kierownik praktyk nawiązuje kontakty z pracodawcami z różnych branż (sklepy spożywcze, budowlane, itp.)”</p>

Współpraca zdecydowanie lepiej wygląda z perspektywy szkół zawodowych. Szkoły są zainteresowane współpracą z pracodawcami ze względu na praktyki zawodowe. Można powiedzieć, że jest to jedyny wskazany przez organizatorów kształcenia obszar, płaszczyzna współpracy z pracodawcami. Z ramienia szkoły osoba odpowiedzialna za praktyki kontaktuje się z pracodawcami. Większe zainteresowanie współpracą, dostrzeżenie dodatkowych

korzyści dla partnerów współpracy byłoby cennym elementem dobrego, efektywnego przygotowywania osób do pracy w branży handlowej.

8. Szkoły kształcące w zawodzie sprzedawca – przykłady z powiatów objętych badaniami

Na terenie powiatów objętych badaniami, a także na Dolnym Śląsku jest wiele szkół kształcących w zawodzie sprzedawcy. Przykłady:

POWIAT DZIERŻONIOWSKI:

Zespół Szkół nr 2

im. Prof. Tadeusza Kotarbińskiego

ul. Piłsudskiego 24

58-200 Dzierżoniów

tel. 74 831 52 60

POWIAT KŁODZKI:

Kłodzka Szkoła Przedsiębiorczości

ul. Szkolna 8

57-300 Kłodzko

tel. 74 867 21 74

POWIAT ŚWIDNICKI:

Zespół Szkół nr 1

ul. Budowlana 7-9

58-100 Świdnica

tel. 74 852 07 00

POWIAT WAŁBRZYSKI:

Zespół Szkół nr 7

im. Komisji Edukacji Narodowej

ul. Kłodzka 29

58-308 Wałbrzych

tel. 74 842 36 18

POWIAT ZĄBKOWICKI:

Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 2

im. Stanisława Staszica

ul. Wrocławska 17

57-200 Ząbkowice Śląskie

tel. 74 815 23 29

Poza powiatami objętymi badaniami są także inne szkoły mające w swoich ofertach edukacyjnych zawód sprzedawcy. Przykłady:

1. Zespół Szkół Handlowych i Usługowych

im. Jana Kochanowskiego

ul. Zgorzelecka 18

59-700 Bolesławiec

tel. 75 732 28 25

2. Zespół Szkół w Górze

im. Generała Sylwestra Kaliskiego

ul. Armii Polskiej 15a

56-200 Góra Śląska

tel. 65 543 26 60

3. Zespół Szkół Licealnych i Usługowych

ul. Leśna 5

58-500 Jelenia Góra

tel. 75 754 74 20

4. Zespół Szkół Licealnych i Zawodowych nr 2

im. Stanisława Staszica

ul. 1 Maja 39/41

58-500 Jelenia Góra

tel. 75 642 39 00

5. Zespół szkół im. Kombatantów Ziemi Lubańskiej

ul. Mikołaja Kopernika 31

59-300 Lubań

tel. 75 722 25 30

6. Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych

im. Marii Skłodowskiej-Curie

ul. Wojska Polskiego 67/69

56-400 Oleśnica

tel. 71 314 30 41

7. Zespół Szkół Ekonomicznych

im. Mikołaja Kopernika

ul. Drukarska 50

53-312 Wrocław

tel. 71 367 40 25/26

8. Zespół Szkół nr 1 we Wrocławiu

ul. Słubicka 29-33

53-615 Wrocław

tel. 71 355 08 74

W ofertach wielu szkół ponadgimnazjalnych znajduje się zawód sprzedawcy. Występuje on jako konkretna oferta edukacyjna bądź jako jeden z zawodów ujętych w klasach wielozawodowych. Podczas analizowania ofert edukacyjnych, ich poszukiwania warto weryfikować dostępne dane. Zdarza się, że dana oferta zamieszczona w Internecie nie pokrywa się z tym, co jest realizowane rzeczywiście przez określone szkoły. Czasem jest tak, że szkoła ma zawód w swojej ofercie, ale nie prowadzi kształcenia ze względu na brak naboru¹⁰. Zatem warto kontaktować się bezpośrednio ze szkołami bądź poszukiwać informacji w wydziałach odpowiedzialnych za prowadzenie szkolnictwa ponadgimnazjalnego w poszczególnych powiatach.

II Zadania i czynności wykonywane w badanym zawodzie

1. Zadania zawodowe

Podstawowym zadaniem sprzedawcy jest sprzedaż detaliczna produktów oraz sprawna i kulturalna obsługa klienta, oparta na dobrej znajomości branży, w której sprzedawca jest zatrudniony. Asortyment sprzedawanych towarów zależy od branży handlowej. W związku z tym w opisywany zawodzie można wyróżnić wiele stanowisk pracy, np. sprzedawca artykułów detalicznych, sprzedawca artykułów przemysłowych, sprzedawca artykułów spożywczych i inne. Do zadań sprzedawcy należy:

- sprawna obsługa klienta;
- sprzedawanie produktów detalicznych znajdujących się w sklepie;
- znajomość oferowanego asortymentu;
- zapewnienie możliwie pełnej informacji o sprzedawanych towarach (ceny, nazwa, producent itp.);
- doradzanie klientom przy dokonywaniu wyboru towaru;
- urządzenie ekspozycji stałych wewnątrz sklepu oraz na wystawach – witrynach okiennych lub specjalnych miejscach przeznaczonych do prezentacji towarów;

¹⁰ Dlatego też ograniczono się do podania przykładów kilku szkół kształcących w badanym zawodzie.

- samodzielne przyjmowanie dostaw towarów lub uczestnictwo w niej;
- sprawna realizacja zamówień składanych przez nabywcę;
- gromadzenie informacji o popycie;
- rozpakowywanie i rozmieszczanie towarów na półkach sklepowych;
- odpowiednie przechowywanie towarów w magazynach;
- dbanie o czystość i estetykę miejsca sprzedaży;
- umieszczanie prawidłowych cen na towarze;
- współpraca w przygotowaniu oferty sprzedaży (oferty towarowe, cenniki, katalogi itp.
- organizowanie dostawy zamawianego towaru na adres zamawiającego;
- przyjmowanie płatności od klientów;
- wypisywanie paragonów bądź rachunków sprzedaży;
- obsługa kasy fiskalnej i komputera;
- odpowiednie zapakowanie sprzedanego towaru;
- wypisywanie dokumentów gwarancyjnych na zakupiony towar i wyjaśnianie zasad gwarancji;
- udzielanie informacji klientom o najbliższych zakładach serwisowych;
- znajomość procedur reklamacyjnych;
- sporządzanie dokumentów reklamacji na wadliwy towar;
- sporządzanie bieżącego raportu kasowego z dziennego utargu¹¹.

Osoby badane były proszone o wymienienie zadań zawodowych sprzedawców.

Tabela 9. Zadania zawodowe sprzedawcy w opiniach badanych

Zadania zawodowe wymieniane przez pracodawców (liczba wskazań)	Zadania zawodowe wymieniane przez pracowników (liczba wskazań)	Zadania zawodowe wymieniane przez organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klientów (8) - eksponowanie towaru na półkach (5) - obsługa kasy fiskalnej (4) - pobieranie należności (4) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (6) - przyjmowanie towaru (5) - obsługa kasy fiskalnej (5) - układanie towaru na półkach (5) 	<ul style="list-style-type: none"> - układanie towaru (5) - eksponowanie towaru (3) - odbiór ilościowy i jakościowy towaru (3) - kasowanie należności (3)

¹¹ Podaję za: E-SzOK. Multimedialny program komputerowy, Progra, Gdańsk.

<ul style="list-style-type: none"> - dbanie o czystość i estetykę miejsca pracy (3) - zamawianie ubytków towarowych (2) - odbieranie towaru zgodnie z dokumentacją (2) - sprawdzanie towaru pod względem ilościowym i jakościowym (2) - rozmieszczanie towarów (2) - pomaganie klientom w wyborze (2) - obliczanie marży (1) - informowanie o warunkach sprzedaży (1) - rozliczanie kasy (1) - prowadzenie inwentaryzacji (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - dbanie o czystość i estetykę w miejscu pracy (3) - zamawianie towar (3) - przyjmowanie należności (3) - przeprowadzanie inwentaryzacji (2) - metkowanie (2) - eksponowanie towaru (1) - rozmowy z klientem (1) - poznawanie towaru (1) - sprawdzanie towaru (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - dbanie o czystość i ład w miejscu pracy (3) - przygotowanie stanowiska pracy (2) - prowadzenie rozmowy sprzedażowej (2) - przygotowanie towaru do sprzedaży (2) - obsługa kasy fiskalnej (1) - obsługa terminala płatniczego (1) - obsługa klienta (1) - posługiwanie się podstawową dokumentacją (1) -obsługiwanie urządzeń magazynowych (1) - usuwanie usterek (1) - rozliczanie kasy (1) - prowadzenie inwentaryzacji - przestrzeganie przepisów bhp i p. poż (1) - metkowanie (1)
---	---	--

Zadań wymieniono wiele. Można zauważyć dużą spójność w opiniach pracodawców i pracowników. Ich zdaniem obsługa klienta to najważniejsze zadanie. Potem wymienili obsługę kasy fiskalnej i różne operacje związane ze sprzedaż towarów. Organizatorzy kształcenia zawodowego skoncentrowali swoje wypowiedzi wokół operacji z towarami i odpowiedzialności za stanowisko pracy sprzedawcy.

Badani byli także proszeni o wymienienie tych zadań, które są ich zdaniem najważniejsze w pracy sprzedawcy.

Tabela 10. Najważniejsze zadania zawodowe sprzedawców w opiniach badanych

Najważniejsze zadania wg pracodawców (liczba wskazań)	Najważniejsze zadania wg pracowników (liczba wskazań)	Najważniejsze zadania wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (5) -obsługa kasy fiskalnej(3) - ekspozowanie towaru (2) - obsługa programów sprzedażowych (1) - pobieranie należności (1) - sprawdzanie terminów przydatności towarów (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (8) - przyjmowanie towaru (4) - obsługa kasy fiskalnej (2) - kasowanie należności (2) - odbiór ilościowy i jakościowy towaru (1) - załatwianie reklamacji (1) - inwentaryzacja (1) - ekspozowanie towaru (1) - sprzedaż (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (6) - odbiór ilościowy towarów (2) - kasowanie należności (2) - obsługa urządzeń magazynowych (1) -sprzedaż (1) - przygotowanie stanowiska pracy (1) - rozliczanie kasy fiskalnej (1) - zamawianie towaru (1) - odebranie towaru (1) - stosowanie przepisów higieniczno-sanitarnych (1) - posługiwanie się dokumentacją magazynową (1) - utrzymanie porządku (1)

Badani jako najważniejsze zadanie uważają obsługę klienta. Pracodawcy i pracownicy jako ważne zadanie uznali także obsługę kasy fiskalnej. Pozostałe zadania ze różnicowaną liczbą wskazań we wszystkich trzech grupach badanych dotyczą głównie dwóch obszarów: postępowania z towarami i prowadzenia ich sprzedaży.

Osoby badane były także pytane o wyzwania (trudności) w wykonywaniu zawodu sprzedawcy.

Tabela 11. Wyzwania w pracy sprzedawcy w opiniach badanych

Wyzwania w pracy sprzedawcy wg pracodawców (liczba wskazań)	Wyzwania w pracy sprzedawcy wg pracowników (liczba wskazań)	Wyzwania w pracy sprzedawcy wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - trudności w radzeniu sobie z tzw. trudnymi klientami (4) - brak dobrego kontaktu z ludźmi - brak umiejętności rozmowy (3) - brak chęci podnoszenia swoich kwalifikacji (2) - mała motywacja do pracy (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - problemy z trudnymi klientami (3) - kontakty z klientem (2) - brak odporności na stres związany z obsługą różnych klientów (1) - brak umiejętności przekonywania do korzystniejszych zakupów (1) - bycie cierpliwym (1) - zmęczenie z powodu dwuzmianowego systemu pracy (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - brak umiejętności interpersonalnych (4) - przeciwwskazania zdrowotne (1) - karalność (1) - brak własnego image (1) - brak dbałości o własny wizerunek i higienę osobistą (1) - brak predyspozycji (1) - brak opanowania (1) - brak umiejętności radzenia sobie z trudnymi klientami (1) - samodzielne podejmowanie decyzji (1)

2. Stanowiska pracy

Osoby przygotowane do pracy w charakterze sprzedawcy najczęściej są zatrudniani na stanowisku sprzedawcy bądź kasjera – sprzedawcy. W opracowaniach szczególnie tych związanych z rekrutacją pracowników, można spotkać także następujące stanowiska pracy:

- specjalista ds. sprzedaży;
- przedstawiciel handlowy;
- handlowiec;
- kierownik sklepu;

- kierownik działu sprzedaży;
- asystent ds. sprzedaży¹²

Osoby badane były pytane o przykłady stanowisk, na których zwykle są zatrudniani sprzedawcy.

Tabela 12. Stanowiska pracy dla sprzedawców w opiniach badanych

Stanowiska pracy wg pracodawców (liczba wskazań)	Stanowiska pracy wg pracowników (liczba wskazań)	Stanowiska pracy wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
- sprzedawca (7) -kasjer -kasjer- sprzedawca (2) - magazynier (1)	- sprzedawca (5) -kasjer – sprzedawca (2) - kasjer (1)	- sprzedawca(5) - kasjer (1) - pomoc sprzedawcy (1)

W tabeli znalazły się stanowiska pracy można by rzec „tradycyjne”. Nie ma przykładów nazw stanowisk, które zostały przytoczone z ogłoszeń prasowych.

3. Awans zawodowy

Możliwości awansu w zawodzie sprzedawcy są raczej ograniczone. Awansować można szybciej w wielodziałowym magazynie czy supermarkecie. W wielu dużych sklepach należących do sieci międzynarodowych istnieje natomiast ściśle określona ścieżka rozwoju zawodowego dla wszystkich pracowników. Droga awansu często odbywa się wewnątrz firmy. Młoda osoba rozpoczynająca pracę od podstawowego stanowiska sprzedawcy, może awansować na stanowisko menadżera-kierownika sklepu, a następnie kierownika krajowego zatrudnionego w centrali, posiadającego nadzór nad sklepami na terenie całego kraju. Gratyfikacją i wyróżnieniem dla sprzedawców może być np. wyjazd za granicę, do miejsc, w których otwierane są nowe sklepy.

¹² Są to przykłady stanowisk pracy zebrane po przeanalizowaniu ofert pracy z dodatku „Praca” w IV kwartale 2009r. (Gazeta Wyborcza). W większości z tych ofert pracy nie było zapisu o wymaganiach związanych z posiadanym wykształceniem zawodowym.

Sprzedawca o dłuższym stażu pracy, mający umiejętności organizacyjne i ekonomiczno – finansowe może awansować na stanowisko kierownika sklepu czy działu. Szansa na awans jest zwykle tym większa, im wyższe wykształcenie, kwalifikacje, staż pracy, doświadczenie zawodowe. Jako możliwość awansu niektórzy uważają organizację i uruchomienie własnego sklepu.

Osoby badane były proszone także o wskazanie możliwości awansu w zawodzie sprzedawcy. Pytanie zadane badanym służyło zebraniu informacji na temat możliwości awansowania w zawodzie sprzedawcy.

Tabela 13. Możliwości awansowania w zawodzie sprzedawcy (opinie badanych)

Możliwości awansowania wg pracodawców (liczba wskazań)	Możliwości awansowania wg pracowników (liczba wskazań)	Możliwość awansowania wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
- stanowisko kierownicze (6) - awans finansowy (3) - rozszerzenie uprawnień i obowiązków (1) - nie (1)	- awans finansowy (2) - wzrost zakresu odpowiedzialności (1) - kierownik sklepu (1) - specjalista ds. sprzedaży (1) - wyższe stanowisko (1) - nie (4)	- stanowisko kierownicze (3) - awans finansowy (2) - manager (1) - może zostać kasjerem (1) - jest możliwy po ukończeniu szkoły średniej (3)

III. Kompetencje zawodowe i ponadzawodowe

1. Wiadomości

W każdym zawodzie można wskazać przykłady różnych wiadomości, które są niezbędne do uznawanego za właściwy sposób wykonywania pracy zawodowej. Tak też jest oczywiście w przypadku zawodu sprzedawcy. W dostępnych opracowaniach można znaleźć zestawienia wiadomości potrzebnych sprzedawcom. Oto przykładowe wymaganych wiadomości:

- znajomość oferowanego produktu;
- znajomość rynku konkurencji;
- z zakresu handlu i marketingu;
- z zakresu aktywnych metod sprzedaży;

- z zakresu psychologii sprzedaży;
- z zakresu obsługi kasy fiskalnej i komputera;
- znajomość procedur reklamacyjnych;
- z zakresu rejestracji i księgowania dokumentów¹³.

Osoby badane były pytane o to, jakie ich zdaniem wiadomości są potrzebne osobom pracującym w zawodzie sprzedawcy.

Tabela 14. Pożądane wiadomości w opiniach sprzedawców

Wiadomości wg pracodawców (liczba wskazań)	Wiadomości wg pracowników (liczba wskazań)	Wiadomości wg organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - znajomość towarów (4) - obsługa klienta (3) - organizacja i techniki sprzedaży (3) - obsługa kasy fiskalnej (2) - rachunkowość (1) - bhp (1) - komunikacja społeczna (1) - towaroznawstwo (1) - reklama (1) - podstawy prawa (1) - typy klientów (1) - znajomość grupy wiekowej, do której towar jest adresowany (1) - dokumentacja sprzedażowa (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - towaroznawstwo (5) - obsługa kasy fiskalnej (4) - organizacja i techniki sprzedaży (1) - obsługa klienta (1) - matematyka / arytmetyka (1) - przepisy dotyczące reklamacji (1) - dokumentacja sprzedażowa (1) - obliczanie należności (1) - obsługa programów sprzedażowych (1) - podstawy prawa (1) - zamawianie towaru przez Internet (1) - programy użytkowe służące do fakturowania (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - towaroznawstwo (5) - marketing i reklama (4) - obsługa klienta (3) - organizacja i techniki sprzedaży (3) - rachunkowość (3) - odbiór jakościowy towaru (1) - typy klientów (1) - przechowywanie towarów (1) - fakturowanie (1) - podstawy działalności handlowej (1) - bhp (1)

Analizując powyższe dane można wskazać obszary wspólne dla wszystkich trzech grup badanych. Towaroznawstwo, obsługa klientów, organizacja i techniki sprzedaży – to

¹³ Podaję za: E-SzOK. Multimedialny program komputerowy, Progra, Gdańsk.

przykłady wiadomości dostrzeganych jako ważne w każdej z badanych grup. Także obszar związany z reklamą w handlu jest zauważony przez wszystkie badane grupy. Pracodawcy i pracownicy wymienili także wiadomości dotyczące obsługi kasy fiskalnej. Nie zostały one wymienione przez organizatorów kształcenia zawodowego. Prawdopodobnie z tego względu, iż brak tego obszaru w procesie kształcenia sprzedawców. W grupie pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego dużo wskazań dotyczyło towaroznawstwa. Jest to spójne, gdyż pracownicy mają względem tego obszaru kształcenia wiele oczekiwań, natomiast organizatorzy kształcenia są świadomi swoich ograniczeń w tym zakresie.

2. Umiejętności

Mówiąc o zawodach zwykle mamy do czynienia z odwoływaniem się do umiejętności. Mowa o zawodzie to niejednokrotnie pytania i poszukiwanie na nie odpowiedzi, które są skoncentrowane właśnie wokół zagadnienia umiejętności. Co osoba powinna umieć? Co umie? Co potrafi? – oto przykłady stawianych pytań wokół centralnego zagadnienia wiedzy o zawodzie, jakim są umiejętności. W dostępnych opracowaniach informacji zawodowej, a także dokumentacji obowiązującej w szkołach zawodowych, można zapoznać się z listą pożądanych umiejętności.

W wyniku kształcenia w zawodzie absolwent szkoły powinien umieć:

- określać zapotrzebowanie na towary;
- pozyskiwać dostawców, składać zamówienia i zawierać umowy;
- dokonywać ilościowego i jakościowego odbioru dostaw;
- określać właściwości towarów oraz ich przeznaczenie;
- interpretować informacje zamieszczone na towarach;
- stosować zasady przechowywania towarów;
- dokonywać podziału towarów na grupy asortymentowe;
- planować rozmieszczenie towarów;
- przygotowywać ekspozycję towarów;
- identyfikować typy klientów;
- prowadzić rozmowę sprzedażową;
- wykonywać czynności sprzedażowe;
- stosować różne formy sprzedaży;
- dokonywać inkasa należności, odprowadzać utarg;
- pakować i wydawać towary;

- obsługiwać urządzenia i sprzęt techniczny;
- obliczać ceny, marże i podatek VAT;
- dokonywać spisu z natury i obliczać różnice inwentaryzacyjne;
- sporządzać dokumenty związane z obrotem towarowym;
- wykorzystywać użytkowe programy komputerowe;
- stosować różne formy promocji;
- przestrzegać procedur reklamacyjnych;
- przestrzegać przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska;
- organizować stanowisko pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii;
- udzielać pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy;
- komunikować się z uczestnikami procesu pracy;
- przestrzegać przepisów Kodeksu pracy dotyczących praw i obowiązków pracownika i pracodawcy oraz warunków pracy;
- przestrzegać przepisów prawa dotyczących wykonywanych zadań zawodowych;
- korzystać z różnych źródeł informacji;
- prowadzić działalność gospodarczą.

Absolwent szkoły kształcącej w zawodzie sprzedawca może podjąć pracę w punktach handlu detalicznego, handlu hurtowego, sprzedaży akwizycyjnej, sprzedaży usług. Absolwent szkoły zawodowej może także otworzyć własne przedsiębiorstwo handlowe.¹⁴

Osoby badane także były proszone o wymienienie umiejętności, które uważają za wiodące, kluczowe dla badanego zawodu.

Tabela 15. Lista pożądanych umiejętności w opiniach badanych

Umiejętności wymieniane przez pracodawców (liczba wskazań)	Umiejętności wymieniane przez pracowników (liczba wskazań)	Umiejętności wymieniane przez organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
- interpersonalne (5) - obsługa klienta (2) - organizacja pracy (1)	- interpersonalne (5) - obsługa klienta (3) - liczenie (2)	- interpersonalne (6) - obsługa klienta (2) - liczenie (2)

¹⁴ B. Miazek, A. Mikina, M. Sienna, Modułowy program nauczania Sprzedawca 522 [01], MEN, Warszawa 2008.

- praca w zespole (1) - posługiwanie się językiem obcym (1) - logiczne myślenie (1) - dobra pamięć (1) - układanie towaru (1) - zamawianie towaru (1) - eksponowanie towaru (1) - obsługa kasy fiskalnej (1)	- eksponowanie towaru (1) - przechowywanie towaru (1) - prowadzenie rozmowy sprzedażowej (1) - sprzątanie (1) - zapamiętywanie kodów (1) - techniki sprzedaży (1) - obsługa komputera (1)	- obsługa kasy fiskalnej (2) - obsługa komputera (1) - prowadzenie dokumentacji sprzedażowa (1) - wypisywanie faktur (1) - metkowanie towaru (1) - umiejętności organizacyjne (1) - rachunkowość (1) - kreatywność (1) - praca w zespole (1) - praca w stresie (1)
---	---	---

W powyższych danych można zauważyć spore rozproszenie wymaganych umiejętności. Jednakże wskazano takie, które są kluczowe w zawodzie sprzedawcy. Takimi są umiejętności interpersonalne i obsługa klienta. Są to przykłady wymienionych umiejętności w każdej z badanych grup. Ciekawe jest to, że wszystkie grupy badanych zwróciły uwagę na podstawową umiejętność jaką jest liczenie.

Pracodawcy byli pytani o te umiejętności, na które zwracają uwagę zatrudniając pracowników w zawodzie sprzedawcy. Wymienili następujące:

- umiejętność obsługi klienta (5);
- komunikatywność (3);
- obsługa kasy fiskalnej (3);
- umiejętność prowadzenia rozmowy sprzedażowej;
- posługiwanie się językiem obcym;
- chęć podjęcia pracy.

Osoby badane pytano także o to, które z umiejętności są konieczne „na starcie” pracy zawodowej, a które można rozwijać w toku wykonywania pracy zawodowej.

Tabela 16. Zestawienie umiejętności w opiniach badanych

	Pracodawcy (liczba wskazań)	Pracownicy (liczba wskazań)	Organizatorzy kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
Umiejętności ważne „na starcie”	<ul style="list-style-type: none"> - rozmowy z klientem (4) - obsługa klienta (2) - motywacja do pracy (2) - rozmieszczenie towarów (1) - eksponowanie towarów (1) - robienie wywieszek cenowych (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (6) - obsługa kasy fiskalnej (4) - sprawne liczenie (1) - wystawianie faktur (1) - komunikacja społeczna (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - liczenie (4) - obsługa klienta (3) - obsługa kasy fiskalnej (2) - układanie towarów (2) - rozmowa z klientem (1) - obsługa komputera (1) - zamawianie towaru (1)
Umiejętności rozwijane w toku pracy	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa kasy fiskalnej (4) - znajomość towarów (2) - eksponowanie towarów (2) - wypisywanie faktur (1) - obsługa programów sprzedażowych (1) - wszystkiego można nauczyć się w toku pracy 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa kasy fiskalnej (2) - rozmowa z klientem (1) - wypisywanie faktur (1) - poznawanie towarów (1) - obsługa komputera (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - komunikacja interpersonalna (1) - rozpoznawanie potrzeb klientów (1) - wypisywanie faktur (1) - odbiór towarów (1) - organizacja i planowanie pracy (1)

Z analizy danych można wyciągnąć następujące wnioski:

- pracodawcy podkreślają znaczenie umiejętności związanych z obsługą klienta, prowadzenia z nimi rozmów. Ich stanowisko w tej kwestii jest jednoznaczne; nie ma w tej kwestii zdań podzielonych;
- w przypadku pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego umiejętności związane z komunikowaniem się z klientami zostały umieszczone zarówno w grupie umiejętności koniecznych „na starcie”, jak i tych, które można doskonalić w trakcie wykonywania pracy;
- pracodawcy prawdopodobnie na bazie swoich doświadczeń z zatrudnianiem pracowników, obsługę kasy fiskalnej umieścili w kategorii umiejętności, które można nabyć w trakcie wykonywania pracy, natomiast pracownicy i organizatorzy kształcenia zawodowego w grupie umiejętności potrzebnych „na stracie”;
- pracodawcy w głównej mierze „na stracie” wymagają tego, co wiąże się z wykonywaniem pracy wymagającej kontaktów z ludźmi;
- pracownicy w większej mierze wskazują konieczność posiadania „na starcie” tych umiejętności, które dotyczą budowania dobrych relacji z klientem;
- organizatorzy wymieniają zarówno umiejętności związane z pracą z ludźmi i umiejętności dotyczące pracy w zawodzie sprzedawcy w określonych proporcjach.

Mając na uwadze, że badania mają stanowić podstawę do opracowania rekomendacji dla szkolnictwa zawodowego, zapytano badanych o to co należy włączyć, ich zdaniem, do programów nauczania. Zapytano, czego brakuje absolwentom kończącym szkołę zawodową.

Tabela 17. Propozycje obszarów mogących stanowić uzupełnienie programów nauczania w opiniach badanych

Propozycje pracodawców (liczba wskazań)	Propozycje pracowników (liczba wskazań)	Propozycje organizatorów kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - umiejętności komunikacji interpersonalnej (7) - obsługa klienta (6) - ekspozycja towarów (4) - układanie towarów (3) - obsługa kasy fiskalnej (2) - negocjacje (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - obsługa klienta (6) - towaroznawstwo (2) - ekspozowanie towaru (2) - techniki sprzedaży (2) - obsługa kasy fiskalnej (1) - sprzedaż (1) - podstawy prawa (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - umiejętności interpersonalne (2) - umiejętność słuchania (1) - umiejętność czytania ze zrozumieniem (1) - podejmowanie decyzji (1) - umiejętność występowania

- szybkie liczenie (2) - rozmowa z ludźmi (1) - umiejętność słuchania ludzi (1) - obsługa terminali płatniczych (1)	- wizaż (1) - etyka (1) - elementy psychologii (radzenie sobie ze stresem, opanowanie, cierpliwość) (1) - kultura osobista (1)	na forum (1) - kultura języka (1) - psychologia (1) - obsługa kasy fiskalnej (1) - wypisywanie faktur (1) - prawo pracy (1) - język obcy (1)
--	---	--

W udzielonych odpowiedziach widać większą zgodność stanowisk pracodawców i pracowników. Podobnie jak w poprzednich pytaniach obie grupy wskazują konieczność pracy w zakresie obsługi klienta i rozwijania kompetencji miękkich, jakimi są kompetencje interpersonalne. W grupie organizatorów kształcenia zawodowego zaobserwowano rozproszenie wymienianych umiejętności. Jednakże wymieniane propozycje w tej grupie badanych oczywiście nawiązują do umiejętności wymienianych przez pracodawców i pracowników.

3. Cechy osobowości

W opracowaniach dotyczących zawodów, wiele miejsca poświęca się analizie cech, którymi powinna charakteryzować się osoba pracująca w określonym zawodzie. Tak jest oczywiście także w przypadku zawodu sprzedawcy. Od sprzedawców wymaga się wiele różnych cech, przede wszystkim cierpliwości, spokoju i rozważa. Sprzedawca powinien spokojnie, rzeczowo i bez zbędnych emocji wyjaśnić wszystkie wątpliwości klientowi i zachęcić go do kupna. Bardzo ważna w tym zawodzie jest podzielność uwagi. Sprzedawcy przydaje się ponadto łatwość wypowiedzenia się. Chodzi tu o rzeczowe i zrozumiałe informowanie klienta. Wymagana jest zdolność pracy w szybkim tempie. Dobry sprzedawca powinien cechować się kulturą osobistą, a także życzliwością dla ludzi, która bardzo często przyciąga klientów.

Do wszystkich trzech grup badanych skierowano pytanie o to, jakimi cechami powinien charakteryzować się sprzedawca.

Tabela 18. Cechy w opiniach badanych

Wskazania pracodawców	Wskazania pracowników	Wskazania organizatorów kształcenia zawodowego
<ul style="list-style-type: none"> - komunikatywność (4) - uczciwość (3) - sympatyczna (2) - cierpliwość (2) - systematyczność (1) - opanowanie (1) - dobra organizacja (1) - odpowiedzialność (1) - punktualność (1) - dbałość o czystość i estetykę (1) - dokładność (1) - uprzejmość (1) - kultura osobista (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - uczciwość (4) - cierpliwość (4) - komunikatywność (3) - otwartość na ludzi (3) - praca w zespole (2) - samodzielność (1) - odporność na stres (1) - odpowiedzialność (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - punktualność (4) - uczciwość (4) - komunikatywność (3) - samodyscyplina (2) - kultura osobista (2) - cierpliwość (1) - dobra pamięć (1) - lojalność (1) - panowanie nad emocjami (1) - solidność (1) - odpowiedzialność (1) - praca w zespole (1) - pewność siebie (1) - zaradność (1) - szybkie tempo pracy (1) - dbałość o porządek (1) - zaangażowanie (1)

Z analizy powyższych danych można wyciągnąć wnioski:

- komunikatywność, uczciwość, cierpliwość, opanowanie - to przykłady cech powtarzających się we wszystkich grupach badanych;
- pewność siebie pojawiła się wśród badanych pracowników i organizatorów kształcenia; ta cecha nie była wymieniana przez pracodawców;
- punktualność jest cechą wymienianą w grupie pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego; pracownicy tej cechy nie wymieniają.

Pracodawcy byli pytani o cechy, które ich zdaniem, są szczególnie ważne w pracy sprzedawcy. Wymieniono:

- komunikatywność (4)
- uczciwość (3)
- cierpliwość (2)

- uśmiech (2)
- otwartość (1)
- dokładność (1)
- uprzejmość (1)
- opanowanie (1)
- niekaralność.

Aby nadać znaczenie wymienianym cechom, pracowników pytano, które z cechy chcieliby u siebie rozwijać. Wskazania były następujące:

- cierpliwość (5)
- komunikatywność (3)
- pewność siebie (1)
- opanowanie (1)
- zdecydowanie (1)
- samodzielność (1)
- zaradność.

Wszystkie wymienione cechy dotyczą budowania relacji z klientem, niejako radzenia sobie z nim.

Natomiast organizatorzy kształcenia zawodowego byli pytani o te cechy, które ich zdaniem, rozwija szkoła. Te osoby wymieniły następując cechy:

- punktualność (2)
- kultura osobista (2)
- obowiązkowość (2)
- komunikatywność (1)
- dyscyplina (1)
- czystość (1)
- praca w zespole (1)
- solidność (1)
- odpowiedzialność.

Jak widać są to cechy ogólnie potrzebne w każdym zawodzie. Mocno nawiązują do kwestii wychowania, które szkoła realizuje w odniesieniu do swoich uczniów.

Pracownicy zostali poproszeni o „zareklamowanie” zawodu sprzedawcy. Wypowiedzi pracowników – sprzedawców były ciekawe:

- „ *To interesująca praca. Poznają wiele różnych osób, niektórzy są bardzo wdzięczni za miłą obsługę*”;

- „Praca z ludźmi ciągle uczy nowych rzeczy, pozwala nadążyć za nowościami, człowiek nigdy się nie nudzi (nie ma monotonii)”;
- „Zawód dla osób, które lubią kontakt z ludźmi”;
- „Nie polecam tego zawodu ze względu na godziny pracy (w środku dnia – wyłączające z życia) i ze względu na obciążenia psychiczne związane z obsługą klientów”;
- „Nie polecam pracy w handlu, ponieważ nie jest to lekki zawód. Ta praca obciąża psychicznie (kontakty z trudnymi klientami, często agresywnymi), jest też ciężka fizycznie: cały czas na nogach, trzeba przetrzucać towar. Także męczący jest system pracy. Jediną zaletą tej pracy jest brak monotonii – w porównaniu np. w pracą w fabryce”;
- „Jest to przyjemny rodzaj pracy, spotyka się dużo ludzi, praca jest czysta”.

Te wypowiedzi wskazują na obecność kontaktu z ludźmi, brak monotonii, „wartość dodaną” w postaci uczenia się nowych rzeczy. Jednakże jak każdy zawód, tak i w tym przypadku pracownicy dostrzegają trudności np. trudne do zaakceptowania warunki organizacyjne pracy, obecność zmęczenia, obciążenia natury psychicznej.

4. Przeciwwskazania do pracy w zawodzie

Sprzedawca pracuje w pozycji stojącej. Sprzedawca – kasjer pracuje na wydzielonym stanowisku „kasa” w pozycji siedzącej. Praca sprzedawcy wymaga podnoszenia, przenoszenia, dźwigania ciężarów, wspinania się na drabinkę, schylania się – obciążenia fizyczne w miejscu pracy zależą od branży sklepu, w którym się pracuje. Z racji stałej, stojąco - chodzącej pozycji ciała praca powoduje powstawanie chorób, jak schorzenia układu krążenia, choroby kręgosłupa, zmiany zwyrodnieniowe stawów, żylaki¹⁵. Osoba wykonująca ten zawód powinna być sprawna fizycznie. Konieczna jest sprawność fizyczna rąk i nóg umożliwiająca pracę przy urządzeniach sklepowych oraz przenoszenie, podnoszenie towarów oraz obsługę urządzeń elektrycznych i technicznych, takich jak: noże, młynku, krajalnice itd. Bardzo ważna jest również odporność na zmęczenie fizyczne związane ze stojąco – chodzącą pozycją pracy sprzedawcy. Inne warunki to wyraźny, zrozumiały sposób mówienia, dobry wzrok i słuch oraz ogólnie dobry stan zdrowia. Sprzedawcy zatrudniani w sklepach z artykułami spożywczymi poddawani są specjalistycznym badaniom lekarskim na nosicielstwo chorób zakaźnych i pasożytów. Muszą posiadać książeczki zdrowia. Sprzedawcy zatrudniani w sklepach innych branż przechodzą ogólne badanie lekarskie stwierdzające przydatność do pracy w zawodzie sprzedawcy.

¹⁵ Sprzedawca, Teczka informacji o zawodzie, OHP, Warszawa 2004.

Wymagania psychiczne w tym zawodzie, to podzielność uwagi umożliwiająca równoczesne wykonywanie kilku czynności, uzdolnienia rachunkowe, pozwalające na szybkie i bezbłędne obliczanie należności. Konieczna jest uczciwość i punktualność. Sprzedawca może być osoba karana. Sprzedawca powinien lubić pracę z ludźmi. Od sprzedawców, niezależnie od miejsca pracy wymagana jest cierpliwość, spokój i rozważa. Ze względu na stały kontakt z ludźmi najistotniejszą cechą w tym zawodzie jest umiejętność rozmowy – łatwość wypowiedzenia się, wyjaśniania, informowania, zachęcania, doradzania. Ryzyko konfliktów w tym zawodzie jest bardzo duże. Konieczną cechą jest zrównoważenie emocjonalne, odporność na stres, umiejętność łagodzenia konfliktów i napięć między ludźmi. Ważne jest, by sprzedawca umiał uszanować odmienne zdanie klienta i nie okazywał swojego zdenerwowania, nie komentował złośliwymi uwagami słów czy życzeń kupującego. Dobry sprzedawca powinien posiadać wysoka kulturę osobistą¹⁶.

Badani zostali zapytani o to, kto ich zdaniem nie powinien pracować w zawodzie sprzedawcy. Intencją pytania tak sformułowanego było to, by wyjść poza konwencję przeciwwskazań zdrowotnych.

Tabela 19. Przeciwwskazania do pracy w zawodzie sprzedawcy (opinie badanych)

Przeciwwskazania do pracy wg pracodawców (liczba wskazań)	Przeciwwskazania do pracy wg pracowników (liczba wskazań)	Przeciwwskazania do pracy wg organizatora kształcenia zawodowego (liczba wskazań)
<ul style="list-style-type: none"> - nie powinna pracować osoba, która nie lubi rozmawiać z ludźmi (6) - nie może pracować osoba, która nie zwraca uwagi na swój wygląd (3) - osoby niezbyt kontaktowe (2) - karani (1) - nie może pracować osoba, która nie potrafi rozmawiać z 	<ul style="list-style-type: none"> - nie mogą pracować osoby, które nie lubią pracy z ludźmi (4) - osoby chore (4) - osoby karane (2) - nieuczciwe (2) - wulgarne (1) - z niewłaściwą prezencją (1) - nerwowe (1) - nie mogące długo stać (1) - nie bez predyspozycji(2) 	<ul style="list-style-type: none"> - osoby chore (5) - mało komunikatywna (3) - karana (2) - osoba, która ma słabą pamięć (1) - brak umiejętności liczenia (1) - osoby bez predyspozycji fizycznych i psychicznych (1) - osoba, która nie ma

¹⁶ Tamże, s. 8-9.

klientami (1) - nie mogą pracować osoby wybuchowe, ponure (1) - nie może pracować ktoś, kto nie ukończył żadnej szkoły (1) - nie może pracować ktoś, kto ma problemy z alkoholem, jest niesolidny i nieuczciwy (1) - nie radzące sobie ze stresem (1) - nie z przeciwwskazaniami zdrowotnymi (1)	- niecierpliwe (1) - nie mogą pracować osoby mało kontaktowe (1)	właściwej kultury osobiste (1)
---	--	-----------------------------------

IV. Rekomendacje dla szkół

Biorąc pod uwagę zebrany materiał badawczy, analizując wszystkie pozyskane dane z trzech perspektyw badawczych: pracodawcy, pracownika i organizatora kształcenia zawodowego, można wyłonić kilka propozycji rozwiązań dla szkół kształcących sprzedawców. Rozważenie i wdrożenie tych propozycji może przyczynić się do:

- podniesienia jakości kształcenia w badanym zawodzie;
- uzupełnienia programów nauczania o moduły, które są ważne nie tylko w kształceniu, ale także są pożądane na rynku pracy;
- efektywniejszej komunikacji pracodawca – pracownik, pracodawca – organizator kształcenia zawodowego, organizator kształcenia zawodowego – pracownik;
- podniesienia atrakcyjności badanego zawodu na rynku pracy.

Propozycje rozwiązań, które szkoły kształcące w badanym zawodzie mogą włączyć w proces przygotowywania osób do pracy w charakterze sprzedawców są następujące:

1. warto zabiegać o wydłużenie kształcenia w badanym zawodzie (z 2 letniego cyklu kształcenia do 3 letniego cyklu kształcenia). Byłby to sposób na lepsze, bogatsze realizowanie założeń podstawy programowej i obowiązujących programów nauczania. Szkoły zyskałyby dodatkowy rok na pracę z zainteresowanymi uzyskaniem kwalifikacji w badanym zawodzie;

2. więcej uwagi warto poświęcić zagadnieniom z zakresu obsługi klienta, szczególnie pod kątem praktyki. Jak wynika z przeprowadzonych badań, ten obszar jest postrzegany jako kluczowy. Wielokrotnie badani podkreślali trudności w realizowaniu tego modułu w bezpośredniej relacji sprzedawca – klient. Konieczne staje się więc większe zaangażowanie szkół w wygospodarowanie czasu na praktyczne ćwiczenie, wykonywanie symulacji dotyczących wymienionego modułu;
3. szczególnie istotny moduł powiązany z obsługą klienta to także komunikacja interpersonalna. Wielokrotnie badani zwracali uwagę na znaczenie tego modułu w pracy sprzedawcy. Analizując materiał badawczy, można dojść do wniosku, że kompetencje miękkie, do których należą kompetencje interpersonalne są w wielu sytuacjach cenniejsze w opiniach pracodawców aniżeli wykształcenie kierunkowe;
4. kolejnym modułem wymaganym jest obsługa kasy fiskalnej. Co prawda, w podstawie programowej, dostępnych programach nauczania pojawiają się zapisy o konieczności uczenia przyszłych pracowników jej obsługi, jednakże w praktyce bardzo często nie jest to zadanie realizowane. Zwykle pracownicy biorą udział w szkoleniach i otrzymują certyfikat obsługi kasy fiskalnej dopiero w sytuacji podjęcia pracy zawodowej;
5. szkoły mogą rozważyć stworzenie dodatkowej oferty szkoleniowej adekwatnej do potrzeb rynku pracy (poza godzinami obowiązkowymi przewidzianymi w dokumentacji szkoły);
6. jednym z modułów jest towaroznawstwo. W tym zakresie szkoły powinny zadbać o bogatszą ofertę zagadnień. Badani zwracali uwagę, że zwykle zagadnienia z zakresu towaroznawstwa to obszar towarów spożywczych i odzieżowych. Zaś pozostałe niezwywieniowe pojawiają się w ograniczonym zakresie;
7. większy nacisk szkoły powinny kłaść na naukę języków obcych. Współcześnie kompetencje językowe są bardzo ważne, także w zawodzie sprzedawcy (kontakty z obcokrajowcami; zamawianie towarów zagranicą; szukanie pracy poza granicami państwa);
8. wątkiem poruszonym przez osoby badane były predyspozycje zawodowe. Mówiono o nich, o ich znaczeniu, o potrzebie odwoływania się do nich w trakcie rozwijania różnych kompetencji zawodowych i ponadzawodowych. Zatem wskazane może być korzystanie z pomocy doradcy zawodowego. W niewielu szkołach ponadgimnazjalnych jest zatrudniona osoba na stanowisku doradcy zawodowego, która w sposób profesjonalny mogłaby zajmować się orientacją i poradnictwem

zawodowym, a także w pewnym zakresie wspierać proces kształcenia zawodowego. Doradca zawodowy może pomóc w dookreśleniu predyspozycji zawodowych, w podejmowaniu decyzji edukacyjno – zawodowych, przygotowywaniu się do wejścia na rynek pracy;

9. bardzo ważne jest nawiązanie na większą skalę współpracy szkół z pracodawcami. W badaniach jeśli współpraca była, to dotyczyła ona kwestii organizowania praktyk dla uczących się zawodu sprzedawcy. A przecież pracodawcy mogą pomagać w realizowaniu dydaktyki, wspierać zaplecze i wyposażenie szkół, być realizatorami wybranych modułów kształcenia zawodowego. Pracodawcy mogą cennym źródłem informacji o rynku pracy, jego wymogach, tendencjach.
10. bardzo ważne jest także to, aby szkoła interesowała się tym, co dzieje się na rynku pracy. W materiale badawczym były zapisy świadczące o tym, że bardziej spójne są perspektywy pracodawcy i pracownika. Szkoła jest przecież istotnym realizatorem procesu tranzykcji ucznia ze szkoły na rynek pracy.

V. Instytucje, dokumenty, stron internetowe ważne dla kandydata na pracownika w badanym zawodzie

Instytucje

Osoby poszukujące pracy w badanym zawodzie mogą korzystać z pomocy instytucjonalnej. Instytucjami rynku pracy realizującymi zadania określone w ustawie z 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz. U. Nr 99, poz. 1001 z późn. zm.) są:

1. Publiczne służby zatrudnienia;
2. Ochotnicze Hufce Pracy;
3. Agencje zatrudnienia;
4. Instytucje szkoleniowe;
5. Instytucje dialogu społecznego;
6. Instytucje partnerstwa lokalnego.

1. Publiczne służby zatrudnienia

W Polsce publiczne służby zatrudnienia (PSZ) tworzą:

- organy zatrudnienia wraz z powiatowymi i wojewódzkimi urzędami pracy,
- minister właściwy ds. pracy oraz urząd obsługujący ministra właściwego do spraw pracy,
- oraz urzędy wojewódzkie realizujące zadania określone ustawą z 20 kwietnia 2004 r.

Cele Publicznych Służb Zatrudnienia są realizowane poprzez udzielanie pomocy osobom poszukującym pracy, bezrobotnym i pracodawcom, oferując usługi z zakresu pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, szkoleń, oraz realizując programy aktywizacji zawodowej.

Poziom wojewódzki

Wojewódzkie Urzędy Pracy stanowią jednostki organizacyjne samorządu województwa, podlegają i działają z ramienia Marszałka województwa. Odpowiedzialne są m.in. za określanie i koordynowanie regionalnej polityki rynku pracy w odniesieniu do krajowej polityki rynku pracy (m.in. poprzez przygotowanie i realizację regionalnego planu działań na rzecz rynku pracy). Do zadań samorządu województwa w zakresie polityki rynku pracy, realizowanych przez wojewódzkie urzędy pracy w zakresie poradnictwa zawodowego należy:

- organizowanie i koordynowanie oraz świadczenie usług poradnictwa zawodowego i informacji zawodowej, a także ich rozwijanie na terenie województwa,

- opracowywanie, gromadzenie, aktualizowanie i upowszechnianie informacji zawodowych na terenie województwa.

Bezpośrednio usługi poradnictwa zawodowego i informacji zawodowej na rzecz osób bezrobotnych i poszukujących pracy realizują Centra Informacji i Planowania Kariery Zawodowej funkcjonujące w ramach wojewódzkich urzędów.

Centra Informacji i Planowania Kariery Zawodowej są wyspecjalizowanymi komórkami świadczącymi usługi poradnictwa zawodowego. Doradcy zawodowi w centrach prowadzą usługi w zakresie planowania kariery zawodowej na rzecz osób bezrobotnych i poszukujących pracy.

Centra opierając się na klasyfikacji zawodów i specjalności dysponują bogatymi zbiorami informacji zawodowej w postaci programów komputerowych, przewodników po zawodach, opisów i charakterystyk zawodowych, wspomagających usługi poradnictwa zawodowego. Do zbiorów informacji o lokalnym, regionalnym i krajowym rynku pracy należą także dane o działalności pozostałych instytucji rynku pracy, w tym informacje nt. kształcenia ustawicznego i szkolenia bezrobotnych. Do dyspozycji klientów CliPKZ pozostają stanowiska komputerowe z dostępem do Internetu, filmy zawodoznawcze, publikacje i wydawnictwa związane z metodami rozwoju osobistego i poszukiwaniem zatrudnienia. Centra oferują usługi psychologiczne (badania psychologiczne) i doradcze w zakresie badania

predyspozycji i kompetencji zawodowych, określania wskazanych kierunków dalszego kształcenia i szkolenia. Organizują tematyczne zajęcia warsztatowe dla osób bezrobotnych i poszukujących pracy:

- poznania technik poszukiwania pracy,
- prowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej,
- przygotowywania dokumentów związanych z poszukiwaniem zatrudnienia,
- wykorzystania Internetu,
- nabywania umiejętności komunikowania się i autoprezentacji,
- wyjaśniania zasad podejmowania pracy za granicą i korzystania z systemu EURES i inne.

Centra Informacji i Planowania Kariery Zawodowej współpracują z wieloma instytucjami i organizacjami zajmującymi się rozwojem zasobów ludzkich, a także prowadzą wiele projektów dotyczących aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych i poszukujących pracy.

Poziom powiatowy

Powiatowe Urzędy Pracy jako organizacyjne jednostki samorządu powiatowego, podlegają starostom/prezydentom miast. Odpowiedzialne są za opracowanie i realizowanie programu promocji zatrudnienia oraz aktywizacji lokalnego rynku pracy stanowiącego część powiatowej strategii rozwiązywania problemów społecznych. Do zadań samorządów powiatowych w zakresie polityki rynku pracy, m.in. należy udzielanie pomocy bezrobotnym i poszukującym pracy w znalezieniu pracy, a także pracodawcom w pozyskaniu pracowników przez pośrednictwo pracy i poradnictwo zawodowe. Poradnictwo zawodowe realizowane jest w każdym powiatowym urzędzie pracy przez wydzieloną jednoosobową lub wieloosobową komórkę organizacyjną. Strukturę organizacyjną komórki m.in. poradnictwa zawodowego określa regulamin organizacyjny powiatowego urzędu pracy.

Adresy WUP i PUP dostępne są na stronie internetowej www.psz.praca.gov.pl

Usługi rynku pracy realizowane przez Publiczne Służby Zatrudnienia to:

- pośrednictwo pracy,

- usługi EURES
- poradnictwo zawodowe i informacja zawodowa,
- organizacja szkoleń,
- pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy.

Klub Pracy jest programem, którego głównym celem jest zwiększenie aktywności i skuteczności bezrobotnych w samodzielnym poszukiwaniu pracy. Przygotowuje bezrobotnych do powrotu na rynek pracy, a także wyposażają ich w umiejętności przydatne podczas poruszania się na rynku pracy. Klub pracy oferuje osobom bezrobotnym i poszukującym pracy naukę praktycznych umiejętności, niezbędnych przy poszukiwaniu zatrudnienia lub wręcz uruchomienie procesu aktywizacji zawodowej.

2. Ochotnicze Hufce Pracy

Ochotnicze Hufce Pracy są państwową jednostką wyspecjalizowaną w działaniach na rzecz młodzieży, zwłaszcza młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym, oraz bezrobotnych do 25 roku życia. Ochotnicze Hufce Pracy są instytucją, która nie tylko kształci, przekwalifikowuje, ale również prowadzi poradnictwo zawodowe i pośrednictwo pracy oraz przygotowuje młodzież do samodzielnego poruszania się po rynku pracy.

W ramach OHP działają następujące placówki realizujące usługi z zakresu poradnictwa zawodowego:

a) Centra Edukacji i Pracy Młodzieży – sprawują całkowitą koordynację nad realizacją działań z zakresu aktywnych form przeciwdziałania bezrobociu oraz w zakresie świadczenia usług edukacyjnych. Ich działania koncentrują się wokół bezpośredniej merytorycznej pomocy bezrobotnym w przygotowaniu do rozmów z pracodawcami, pośrednictwa pracy i poradnictwa zawodowego. CEiPM ściśle współpracują z urzędami pracy w zakresie badań lokalnego rynku pracy, gromadzą informacje o zawodach, udzielają porad indywidualnych i organizują spotkania grupowe dotyczące porad zawodowych oraz organizują przedsięwzięcia związane z przeciwdziałaniem bezrobociu, takie jak giełdy pracy czy krótkoterminowe zatrudnienie. CEiPM sprawują nadzór nad działalnością młodzieżowych biur pracy, klubów pracy, mobilnych centrów informacji zawodowej.

b) Młodzieżowe Biura Pracy – są to wyspecjalizowane jednostki, będące głównym realizatorem zadań w OHP w zakresie aktywnego przeciwdziałania bezrobociu i łagodzeniu

jego negatywnych skutków. Prowadzą pośrednictwo pracy oraz informacje zawodową dla bezrobotnej młodzieży, organizują krótkoterminowe zatrudnienie uczniów szkół ponadgimnazjalnych, organizują wakacyjne hufce pracy oraz inne formy aktywnego wypoczynku i pracy. Współpracują z urzędami pracy w zakresie pośrednictwa pracy i poradnictwa zawodowego. Jednostki te służą informacją z zakresu wyboru zawodu i planowania kariery zawodowej, informują młodzież o możliwościach zdobycia lub podnoszenia kwalifikacji zawodowych w systemie pozaszkolnym, udzielają indywidualnych porad zawodowych i prawnych.

c) Kluby Pracy OHP – prowadzą zajęcia warsztatowe z zakresu efektywnych form i sposobów poszukiwania pracy. Ich działalność skierowana jest przede wszystkim na zajęcia grupowe i porady indywidualne z absolwentami i młodzieżą pozostającą bez pracy oraz na zajęcia z zakresu aktywnych metod poszukiwania pracy i planowania kariery dla uczniów gimnazjum i szkół ponadgimnazjalnych. Ich podstawowym zadaniem jest przeciwdziałanie bezrobociu wśród młodzieży poprzez nauczanie skutecznych sposobów zdobywania pracy oraz umożliwianie uzupełnienia kwalifikacji zawodowych adekwatnych do potrzeb rynku pracy.

d) Mobilne Centra Informacji Zawodowej – ich zadaniem jest przede wszystkim przełamywanie barier dostępu do informacji zawodowej i zapobieganie wykluczeniu społecznemu młodzieży wchodzącej na rynek pracy. Zgodnie z misją OHP w pierwszej kolejności działaniem MCIZ objęta została młodzież zamieszkała w małych miastach i gminach na terenach wiejskich. Głównym celem działalności MCIZ jest umożliwienie młodzieży nabycia umiejętności aktywnego, elastycznego planowania rozwoju zawodowego, zdobycie wiedzy i umiejętności niezbędnych do przejścia z edukacji na rynek pracy, znalezienie zatrudnienia bądź uruchomienie własnej działalności gospodarczej.

e) Młodzieżowe Centra Kariery - to placówki otwarte dla młodzieży chcącej skorzystać z poradnictwa zawodowego i zasobów informacji zawodowej, uczestników przebywających w jednostkach organizacyjnych OHP i absolwentów OHP. Program Młodzieżowych Centrów Kariery zawiera się w trzech obszarach tematycznych:

- informacja i poradnictwo zawodowe,
- pośrednictwo pracy,
- przedsiębiorczość.

MCK realizują szereg działań zmierzających do wzbogacenia wiedzy i umiejętności młodzieży w zakresie planowania przyszłości zawodowej i poruszania się po rynku pracy. Oferta Młodzieżowych Centrów Kariery skierowana do młodzieży to przede wszystkim:

- prowadzenie zajęć indywidualnych i grupowych z dziedziny szeroko pojętego poradnictwa zawodowego,
- udzielanie indywidualnych i grupowych informacji o możliwościach kształcenia, szkolenia, zawodach oraz rynku pracy,
- przygotowywanie młodzieży do planowania kariery zawodowej poprzez tworzenie wraz z klientem Indywidualnego Planu Działania,
- nauczenie technik autoprezentacji,
- przybliżanie zagadnień związanych z przedsiębiorczością i samozatrudnieniem oraz kreowanie postaw przedsiębiorczych,
- wykonywanie badań zainteresowań i uzdolnień zawodowych z wykorzystaniem metod i technik psychologicznych.

3. Agencje zatrudnienia

Agencje zatrudnienia są niepublicznymi jednostkami organizacyjnymi świadczącymi usługi w zakresie pośrednictwa pracy, pośrednictwa do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych, poradnictwa zawodowego, doradztwa personalnego i pracy tymczasowej.

Agencje zatrudnienia ujęte w zapisach ustawy z 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz. U. Nr 99, poz. 1001 z późn. zm.) to:

a) Agencje pośrednictwa pracy

- zajmują się pośrednictwem pracy na terenie Polski oraz pośrednictwem do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych,
- udzielają pomocy bezrobotnym i poszukującym pracy, w tym również nie zarejestrowanym w urzędzie pracy, w uzyskaniu odpowiedniego zatrudnienia, a pracodawcom w znalezieniu pracowników o odpowiednich kwalifikacjach.

Agencja może żądać od osób, dla których poszukuje zatrudnienia, jedynie zwrotu faktycznie poniesionych kosztów związanych ze skierowaniem do pracy za granicą, poniesionych na dojazd i powrót osoby skierowanej, wydanie wizy, badania lekarskie, tłumaczenia dokumentów.

b) Agencje doradztwa personalnego świadczą dla pracodawców usługi w zakresie:

- prowadzenia analizy zatrudnienia,
- określania kwalifikacji pracowników i ich predyspozycji zawodowych oraz innych cech niezbędnych do wykonywania określonej pracy,
- wskazywania źródeł i metod pozyskania kandydatów na określone stanowiska pracy,
- weryfikacji kandydatów pod względem oczekiwanych kwalifikacji i predyspozycji.

c) Agencje poradnictwa zawodowego świadczą usługi polegające w szczególności na:

- udzielaniu pomocy w wyborze odpowiedniego zawodu i miejsca zatrudnienia,
- udzielaniu informacji zawodowych,
- udzielaniu pracodawcom pomocy w doborze kandydatów do pracy na stanowiska wymagające szczególnych predyspozycji psychofizycznych.

d) Agencje pracy tymczasowej kierują pracowników do pracodawcy użytkownika, którym może być pracodawca lub podmiot nie będący pracodawcą w rozumieniu Kodeksu Pracy.

Agencje zatrudnienia nie mogą pobierać żadnych opłat od osób, dla których poszukują zatrudnienia lub innej pracy zarobkowej. Wyjątek stanowią pewne opłaty pobierane od osób skierowanych do pracy za granicą.

4. Instytucje szkoleniowe

Instytucjami szkoleniowymi są publiczne i niepubliczne podmioty prowadzące na podstawie odrębnych przepisów edukację pozaszkolną.

Typy instytucji edukacyjnych/prowadzących działalność szkoleniową:

- publiczne szkoły, placówki lub ośrodki,
- niepubliczne szkoły lub placówki,
- szkoły wyższe,
- inne podmioty prowadzące edukację pozaszkolną.

5. Instytucje dialogu społecznego

Instytucjami dialogu społecznego na rynku pracy są organizacje i instytucje zajmujące się problematyką rynku pracy:

- organizacje związków zawodowych,
- pracodawców,

- bezrobotnych oraz
- organizacje pozarządowe.

6. Instytucje partnerstwa lokalnego

Instytucje partnerstwa lokalnego są instytucjami realizującymi inicjatywy partnerów rynku pracy, tworzonymi na rzecz realizacji zadań określonych ustawą i wspieranymi przez organy samorządu terytorialnego.

Cel:

- aktywizowanie całych społeczności lokalnych,
- zachęcanie ich do współpracy przy definiowaniu lokalnych problemów i rozwiązywaniu ich na poziomie gminy, miasta czy powiatu¹⁷.

Dokumenty / Źródła informacji

Informacje o zawodzie sprzedawcy

1. E-SzOK. Multimedialny program komputerowy, Progra, Gdańsk.
2. K. Lelińska, G. Sołtysińska, M. Gruza, Zawody szkolnictwa zawodowego. Vademecum informacyjne doradcy zawodowego, MEN, Warszawa 2005.
3. M. Mrozek, Vademecum zawodów sprzedażowych, www.doradca-zawodowy.pl
4. Przewodnik po zawodach, Tom III, KUP, Warszawa 1998.
5. Przewodnik po zawodach, Wyd.2, MGPIPS, Warszawa 2003.
6. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.
7. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 lipca 2008r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.
8. Rozporządzenie Ministra Gospodarki I Pracy z dnia 8 grudnia 2004r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania.
9. Rozporządzenie Ministra Pracy I Polityki Społecznej z dnia 1 czerwca 2007r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania.
10. Teczka informacji o zawodzie: Sprzedawca, OHP, Warszawa 2004.

¹⁷ W opracowaniu wykorzystano: A. Kostecka, Kluby pracy w Polsce; U. Kowalska, E. Żywiec-Dąbrowska, Doradztwo zawodowe w ochotniczych hufcach pracy (Mobilne Centra Informacji Zawodowej), [w:] Pedagogika Pracy. Doradztwo zawodowe, red. H. Bednarczyk, J. Figurski, M. Żurko, WSP ZNP w Warszawie, ITE w Radomiu, Radom 2007; www.doradca-zawodowy.pl, informacje pobrane 21.01.2009 r.

Strony www

1. Rynek pracy. Poszukiwanie pracy

www.dwup.pl

www.praca.gov.pl

www.psz.praca.gov.pl

www.praca.gov.pl

www.praca.interia.pl

www.pracuj.pl

www.praca.onet.pl

www.twojakariera.pl

www.hrk.pl

www.jobs.pl

www.wacat.com.pl

www.epuls.praca.gov.pl

www.dwup.pl

www.jobpilot.pl

www.praca.pl

www.abcpraca.pl

www.praca.wp.pl

www.gratka.pl

www.grafton.pl

www.jobuniverse.pl

www.praca.money.pl

www.tojobs.pl

www.astroman.com.pl

www.ecp.pl

www.itcpraca.pl

www.hill.com.pl

www.horyzont.pl

www.career.pl

www.aaby.pl

www.wakaty.pl

www.gazeta.pl/praca

www.jobcenter.com.pl
www.irelandjobs.pl
www.i-praca.pl
www.praca.info
www.kariera.pl
www.gowork.pl
www.praca.egospodarka.pl
www.praca.media.pl
www.eures.praca.gov.pl
www.efs.gov.pl
www.praca.pl
www.webjobs.pl
www.grafton.pl
www.bestoferta.pl
www.jobcenter.com.pl
www.praca-online.pl
www.praca.gratka.pl
www.metropraca.pl
www.infopraca.pl
www.careerjet.pl
www.pracazdalna.eu
www.naj.com.pl
www.people.com.pl
www.diversa.pl
www.jkmconsuling.com.pl
www.f-a.waw.pl
www.fss.pl
www.job-net.com.pl
www.kb.com.pl
www.pba.com.pl
www.talents.pl
www.tempservice.com.pl
www.bigra.pl
www.jobinspire.com

www.bbtglobal.pl
www.telepraca.ind.org.pl
www.gratka.pl
www.praca-za-granica.pl
www.tylkopraca.com.pl
www.gumtree.pl
www.ecp.pl
www.infor.pl
www.aupair.com.pl
www.cvonline.pl
www.mostwantedcom.pl
www.szukam-pracy.wieszjak.pl
www.szukaniepracy.webpark.pl
www.webjobs.pl
www.twojakariera.pl
www.tempjobs.waw.pl
www.tylkopraca.com.pl
www.epraca.com.pl
www.jobexpress.pl
www.praca.korba.pl
www.hays.pl
www.escorta.com
www.jobsales.pl
www.visionjobs.com
www.kariera.pl
www.infopraca.pl
www.przedstawiciele.pl
www.gazetapraca.pl

2. Pomysł na firmę

Prasa branżowa: www.rp.pl ; www.tf.pl; www.pb.pl; www.profit.redakcja.pl

Serwisy podatkowe: www.pit.pl; www.vat.pl; www.money.pl/podatki; www.podatki.top.pl;
www.interia.pl/podatki; www.podatki.elfin.pl

Serwisy prawne: www.prawo.lex.pl; www.e-prawnik.pl; www.abc.com.pl

Inne: www.sukcesplan.onet.pl; www.infobank.pl; www.firma.onet.pl; www.gazeta.pl;
www.rzeczpospolita.pl; www.twojakariera.pl; www.bizmove.com

Programy i fundusze unijne: www.parp.gov.pl; www.ted.publications.eu.int

3. Agencje pośrednictwa pracy

www.randstad.pl

www.adecco.pl

www.flexwork.pl

www.runtimepolska.pl

www.workservice.pl

www.ipk.com.pl

www.alpharec.com.pl

www.leaderservice.pl

www.testhr.pl

www.akcjajob.pl

www.power.com.pl

www.ottopraca.pl

www.interkadra.pl

www.temp-team.pl

www.grafton.pl

www.stegmann-personal.pl

www.adgrupa.waw.pl

www.bankkadr.com.pl

www.audit.com.pl

www.astroman.com.pl

www.kb.com.pl

www.people.com.pl

www.jobcenter.com.pl

4. Eures/ Europass

www.europa.eu.int/eures - międzynarodowa strona EURES

www.eures.praca.gov.pl – polska strona EURES

www.ukie.gov.pl – Strona Komitetu Integracji Europejskiej

www.buwiwm.edu.pl – strona Biura Uznanalności Wykształcenia i Wymiany
Międzynarodowej

www.europass.org.pl – informacje o Europejskim CV

5. Edukacja

www.edu.inf.pl

www.ec.europa.eu/ploteus

www.interklasa.pl

www.standardyiskolenia.praca.gov.pl

Bibliografia

1. A. Kostecka, Kluby pracy w Polsce; U. Kowalska, E. Żywiec-Dąbrowska, Doradztwo zawodowe w ochotniczych hufcach pracy (Mobilne Centra Informacji Zawodowej), [w:] Pedagogika Pracy. Doradztwo zawodowe, red. H. Bednarczyk, J. Figurski, M. Żurko, WSP ZNP w Warszawie, ITE w Radomiu, Radom 2007.
2. K. Lelińska, G. Sołtysińska, M. Gruza, Zawody szkolnictwa zawodowego. Vademecum informacyjne doradcy zawodowego, MEN, Warszawa 2005.
3. B. Miazek, A. Mikina, M. Sienna, Modułowy program nauczania Sprzedawca 522 [01], MEN, Warszawa 2008.
4. M. Mrozek, Vademecum zawodów sprzedażowych, www.doradca-zawodowy.pl.
5. Podstawa programowa kształcenia w zawodzie sprzedawca, dokument pobrany 29.12.2009 r. z www.cku.chelm.pl
6. M. M. Bączek, T. Bogusławska, E. Szymańska, Program nauczania Sprzedawca 522[01], MEN, Warszawa 2007.
7. Przewodnik po zawodach, Tom III, KUP, Warszawa 1998.
8. Przewodnik po zawodach, Wyd.2, MGPiPS, Warszawa 2003.
9. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.
10. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 lipca 2008r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.
11. Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 8 grudnia 2004r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania.

12. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 1 czerwca 2007r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania.
13. Teczka informacji o zawodzie: Sprzedawca, OHP, Warszawa 2004.
14. www.cke.edu.pl
15. www.doradca-zawodowy.pl
16. Wybrane numery Gazety Wyborczej: dodatek „Praca” z IV kwartału 2009.

Aneks

Spis tabel

- Tabela 1. Dodatkowe kwalifikacje w opiniach badanych
- Tabela 2. Doksztalcanie / doskonalenie zawodowe w opiniach badanych
- Tabela 3. Znaczenie samokształcenia sprzedawców w opiniach badanych
- Tabela 4. Wymogi rekrutacyjne w opiniach badanych
- Tabela 5. Postępowanie rekrutacyjne w opiniach pracowników i organizatorów kształcenia zawodowego
- Tabela 6. Przygotowanie „na starcie” do pracy sprzedawcy w opiniach pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego
- Tabela 7. „Braki” na starcie u pracowników w opiniach pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego
- Tabela 8. Współpraca pracodawców i szkół zawodowych (opinie pracodawców i organizatorów kształcenia zawodowego)
- Tabela 9. Zadania zawodowe sprzedawców w opiniach badanych
- Tabela 10. Najważniejsze zadania zawodowe w opiniach badanych
- Tabela 11. Wyzwania w pracy sprzedawcy w opiniach badanych
- Tabela 12. Stanowiska pracy dla sprzedawców w opiniach badanych
- Tabela 13. Możliwości awansowania w zawodzie sprzedawcy (opinie badanych)
- Tabela 14. Pożądane wiadomości w opiniach badanych
- Tabela 15. Lista pożądanych umiejętności w opiniach badanych
- Tabela 16. Zestawienie umiejętności w opiniach badanych
- Tabela 17. Propozycje obszarów mogących stanowić uzupełnienie programów nauczania w opiniach badanych
- Tabela 18. Cechy osobowości w opiniach badanych
- Tabela 19. Przeciwwskazania do pracy w zawodzie sprzedawcy (opinie badanych)