



Търговец/продавач

ЗА ПРОФЕСИЯТА

Търговията е важен сектор на икономиката и основен компонент в развитието на човешката цивилизация. Тя включва доставка, съхранение и подготовка на стоки за продажба, както и директно обслужване на клиенти. Това е една от най-старите професии – продавачът или търговецът продава

стоки, произведени от други, за да получи печалба. Търговците са били важна прослойка в много предмодерни общества, въпреки че социалният статус на търговеца е вариал значително в различните исторически периоди и общества. Много търговци са придобили благороднически статут през европейското средновековие, докато в древното китайско общество търговците и продавачите са принадлежали към класата Шан – най-ниската от четирите основни социални прослойки (другите са учени/чиновници; фермери/селяни; и занаятчии) .

Сега това е една от най-разпространените професии на пазара на труда. Бъдещите продавачи обикновено получават практическо обучение, за да развият специфични умения в една от двете области:

- Търговецът на дребно (или продавачът на дребно) продава стоки директно на потребителите, обикновено в малки количества. Собствениците на магазини и продавачите принадлежат към тази професия.
- Търговецът на едро действа като връзка във веригата между производителя и търговеца на дребно и обикновено търгува с големи количества стоки.

В днешното потребителско общество професионалисти като търговци и продавачи играят все по-важна роля в опазването на околната среда и човешкото здраве.

ПОВИШЕНО ВНИМАНИЕ КЪМ

В наши дни потребителско търсене упражнява неимоверен натиск върху природните ресурси. Производството, използването и изхвърлянето на стоки оказват влияние върху човешкото здраве и околната среда.



Консуматорство

За повечето хора в развития свят пазаруването се е превърнало в нормална част от ежедневието. Пазаруването дори се превръща във форма на забавление. Днес е обичайно хората да отидат в магазин или супермаркет, без да знаят какво точно ще купят: пазаруват, за да се отпуснат, да общуват, да проверят новите тенденции или просто да задоволят желанието си да купят нещо. Подобно поведение има отрицателно въздействие върху качеството на живот. Вместо просто да купуват това, от което се нуждаят (и да изберат най-здравословния и най-качествен вариант), те се опитват да задоволят психологическа нужда чрез натрупване на ненужни материални притежания.

Опаковки

Опаковъчната индустрия е един от най-динамично развиващите се отрасли на икономиката. Опакованите стоки имат по-дълъг срок на годност и са по-лесни за транспортиране. Опаковката е ефективен начин за представяне на продуктите по атрактивен начин — опаковката често е по-привлекателна от съдържанието. Но лъскавият вид има висока екологична цена, която трябва да се плати.

Опаковките представляват повече от половината от общия обем на битовите отпадъци. Огромни количества суровини и енергия се използват за производството на опаковки, които просто се изхвърлят. За повечето изкуствени опаковъчни материали са необходими стотици години, за да се разградят естествено, което прави изхвърлянето на опаковки значителен проблем за управление на отпадъците.

Реклама и етикети

Рекламата е форма на маркетингова комуникация, използвана за насърчаване, убеждаване или манипулиране на потребителите да купуват един конкретен продукт или услуга, а не друг. Навсякъде сме заобиколени от реклами на продукти.

Етикетите на продуктите съдържат информация за произхода им, инструкции за употреба, срок на годност и как трябва да постъпим, когато ги изхвърляме. Част от тази информация се изисква от националното или международното законодателство, въпреки че много често етикетите са предназначени да подвеждат. Хората обикновено предпочитат продукти, продавани в атрактивни опаковки, с ярки етикети и красиви снимки и са склонни да обръщат по-малко внимание на информацията, която съдържат. Рекламодателят често се възползва от това.

Екоетикети

Целта на екоетикетите е да улеснят хората в избора им при пазаруване предвид опасенията за околната среда. Някои етикети определят количествено замърсяването или консумацията на енергия чрез индекси или мерни единици. Други просто удостоверяват съответствие с подходящи практики или минимални изисквания за устойчивост или опазване на околната среда. Екомаркировката отчита целия жизнен цикъл на продукта, от извличането на суровини през производството, опаковането, разпространението и употребата до окончателното изхвърляне.

Справедлива търговия

Концепцията за справедливо търгувани стоки набира популярност в световен мащаб. Целите на движението за справедлива търговия са да насърчи устойчивостта и да помогне на производителите в развиващите се страни да постигнат по-справедливи условия. Членовете на движението се застъпват за плащането на по-високи цени на производителите, както и за спазването на по-високи социални и екологични стандарти. Движението се фокусира по-специално върху износа от развиващите се към развитите страни, най-вече на кафе, какао, захар, чай, банани, мед, памук, вино, пресни плодове, шоколад, цветя и злато, както и на произведения на местните занаятчии. Движението се стреми да насърчи по-голяма справедливост в международните търговски партньорства чрез диалог, прозрачност и уважение.

ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ

Търговците и продавачите трябва да са наясно със следните принципи на екологична търговия:

- Най-добрата опаковка е липсата на опаковка.
- Опаковката за многократна употреба означава по-ниски разходи и намалено въздействие върху околната среда при всяка следваща употреба.
- Колкото по-малко материали се използват за продукт, толкова по-добре.
- Рециклирането на опаковки намалява количеството използвани суровини и количеството генерирани отпадъци.
- Биоразградимите опаковки имат по-малко въздействие върху околната среда.
- Опростената опаковка използва по-малко материали и по-малко енергия.



Има четири начина за намаляване на отпадъците от опаковки:

- Предложете една голяма, единична опаковка, вместо да опаковате отделни артикули.
- Използвайте възможно най-малко опаковъчен материал.
- Премахнете вътрешните слоеве на опаковката.
- Предлагайте продукти в трайни опаковки, които могат да се презареждат и използват повторно.

Въпреки че повечето материали могат да бъдат рециклирани, това не винаги е най-доброто решение. Рециклирането е дълъг процес, който изисква енергия и други ресурси. По-добрите алтернативи са да се намали количеството използвана опаковка или да се използва повторно опаковката.

Много магазини вече се съгласяват да приемат старите електрически уреди, след като клиентите закупят нови. Имат и пунктове за събиране на опасни отпадъци като батерии, електрически крушки и малки електронни устройства.

Търговците и продавачите могат да предоставят ясна и лесна за разбиране информация, за да насърчат своите клиенти да изберат стоки на производители, които полагат усилия да бъдат екологично отговорни. Екологичните решения трябва да са лесно разпознаваеми и ясно обозначени. Такива са етикетите, обозначаващи енергийна ефективност, липсата на озоноразрушаващи вещества, влагането на рециклируеми материали или спазването на принципа за справедлива търговия.

