



# ТВОЄ МАЙБУТНЄ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ



ЦЕНТР  
РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ  
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
*Можливість бути першими.*



Зінченко А. Г. Твоє майбутнє у сфері торгівлі. — К.: Видавництво «Юстон», 2018. — 44 с.

Дана публікація є керівництвом для підлітків, які прагнуть свідомо обирати майбутню професію, а також для батьків та вчителів, які допомагають молоді у професійному самовизначенні. У буклеті описано сучасний стан розвитку сфери торгівлі (ритейлу) в Україні, подано інформацію про основні професійні напрями, вимоги до знань та навичок. Також буклет включає інформацію про те, як розвивається кар'єра у різних спеціалістів цієї сфери, та рекомендації від топ-менеджерів.

У публікації використано матеріали та поради трьох провідних компаній України, які є партнерами проекту «Карта професій»: «Леруа Мерлен Україна», «Watsons Україна» та Winner Group Ukraine.

Автори матеріалів: Деркач Т. Л., Саприкіна М. А, Савич Л.Л. , Музика А.С., Войткевич А. І., Патlach О. О., Веремєєва К. С., Мясковська М.І., Княжанська Г.О.

Керівництво буде корисним для молодих людей, що прагнуть отримати роботу своєї мрії і готові працювати задля цього.

©Центр «Розвиток КСВ», 2018  
Координація робіт – ФОП Комарова Н.П.

Публікацію «Твоє майбутнє у сфері торгівлі» видано Центром «Розвиток КСВ» у рамках проекту «Карта професій» за фінансової підтримки компаній: «Леруа Мерлен Україна», «Watsons Україна» та Winner Group Ukraine. Зміст публікації є винятковою відповідальністю Центру «Розвиток КСВ» та не обов'язково відображає точку зору вказаних вище компаній. Забороняється відтворення будь-якої частини цієї публікації в будь-якому форматі, включаючи графічний, електронний, копіювання чи використання в будь-який інший спосіб без відповідного посилання на оригінальне джерело.

## ЗМІСТ



ВСТУП .....	4
СФЕРА ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ .....	5
Історія торгівлі в Україні .....	6
Форми торговельних компаній .....	6
Види ритейлу .....	8
Особливості роботи з клієнтами .....	9
Тренди розвитку торгівлі .....	10
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ В ГАЛУЗІ .....	11
Переваги .....	12
Умови роботи в компаніях .....	13
Динаміка ринку праці .....	14
Оплата праці .....	14
КЛЮЧОВІ ЯКОСТІ ТА НАВИЧКИ ДЛЯ РОБОТИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ .....	15
ПРОФЕСІЙНІ НАПРЯМИ І КАР'ЄРА .....	19
Робота з клієнтами .....	20
Робота з товаром .....	26
Карта кар'єрного зростання .....	30
ІСТОРІЇ УСПІХІВ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ .....	31
ПОЧАТОК КАР'ЄРИ .....	38
Перелік конкурсних предметів .....	38
Перелік навчальних закладів .....	38
Online-курси .....	40
Що читати .....	41
МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МОЛОДІ .....	42

# ВСТУП

Професія продавця (найбільш поширена серед професій торговельних працівників) — одна з найдавніших і затребуваних професій у світі. Щорічно компанії з пошуку роботи фіксують найбільшу кількість вакансій саме в сфері продажів та роздрібної торгівлі.

У сучасному світі існує досить багато професій у сфері торгівлі, про які ви дізнаєтесь, ознайомившись із публікацією. Але їх всіх поєднує те, що працівнику торгівлі необхідно мати знання з психології поведінки покупця та гарні комунікаційні навички.

Хоча професія продавця виникла давно, сьогодні під впливом нових технологічних змін вона стає більш сучасною: з'являється більше автоматизованих систем у логістиці, в оформленні замовлень, обслуговуванні клієнтів. Під впливом цифрових технологій з'являються різноманітні програми та пристрої: віртуальні примірочні, мобільні додатки, які дозволяють перевірити весь ланцюг виробництва і постачання продукту тощо.



## СФЕРА ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

# ІСТОРІЯ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

В історії людства торгівля виникла давно як механізм обміну надлишку продуктів і виробів. З розвитком мореплавства такий обмін розвинувся ще більше. Традиційна схема торгівлі (товар-гроші-товар) з'явилася з появою грошей та виробництвом продуктів спеціально для продажу.

Першими продавцями стали купці. Вони купували і перепродавали товари. В Київській Русі купці вели торгівлю на ярмарках. Торгували гончарними, ткацькими виробами та виробами з хутра й шкіри. Бурхливий розвиток торгівлі розпочався в період піднесення економіки і збільшення кількості міст. На початку XIX ст. зросла кількість крамниць, складів, з'явилися торгові біржі. Україна стала центром торгівлі продукцією рослинництва, тваринництва, цукрової, вугільної, металургійної промисловості.



Наприкінці XX ст. почали з'являтися нові форми торгівлі — великі торгові мережі, інтернет-торгівля, продаж за каталогами тощо. Почала активно розвиватися роздрібна торгівля (реалізація продукту кінцевому споживачу в потрібній невеликій кількості), або, за її сучасною назвою, ритейл.

## ЦІКАВО:

Перший супермаркет з'явився в Америці у 1930 році. Його відкрив Майкл Каллен — адміністратор бакалійної крамниці в м. Геррін (Іллінойс). Перший супермаркет був відкритий у приміщенні колишнього гаража. Біля гаража відкрилася також безкоштовна стоянка для покупців.

## ФОРМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ



# ВИДИ РИТЕЙЛУ

Серед найбільш поширених видів ритейлу є такі.

## ДРОГЕРІ

(нім. drogeire) — мережа магазинів самообслуговування, що спеціалізується здебільшого на продажу товарів повсякденного попиту, тобто побутової хімії, гігієнічних засобів, косметики та інших товарів неперодовольного споживання. Найбільш відомі в Україні торгові мережі Watsons, EVA, Prostor, «КОСМО» є дрогері-ритейлом.



## FMCG

(від англ. fast moving consumer goods) — продаж товарів, що мають короткий життєвий цикл, тобто товари швидкого використання — продукти харчування, цигарки, побутова хімія тощо. Найбільш відомі — «Ашан», «АТБ», «Сільпо» та інші.



## DIY-РИТЕЙЛ

(Do it Yourself) — супер- і гіпермаркети з широким асортиментом будівельних товарів і предметів та декору для дому, які дозволяють здійснити ремонт будь-якому покупцеві. Найбільш відомими представниками цього виду ритейлу є «Леруа Мерлен Україна», «Епіцентр», «Нова лінія» тощо.



## АВТОСАЛОНИ-ДИЛЕРИ

Специфічним видом торгівлі є продаж автомобілів. З 30-х років ХХ ст. виробники не тільки виготовляють автомобілі, а і продають їх або через власну дистриб'юторську мережу, або через незалежного дистриб'ютора (англ. distributor — розповсюджувач). Незалежний дистриб'ютор продає автомобілі клієнтам через систему власних або незалежних автосалонів дилерів (англ. Dealer — торговець).



## СУПЕРМАРКЕТ



Сьогоднішні автосалони — це салони, де покупці мають можливість пройти тест-драйв та отримати кваліфіковану технічну консультацію. Практично всі автосалони мають післяпродажний бізнес (сервісне обслуговування, продаж запчастин, гарантійне обслуговування). Так, наприклад, «Віннер Груп Україна», що виступає одним із лідерів вітчизняного автомобільного бізнесу, сформувала дилерську мережу, яка пропонує автомобілі, запчастини, сервісне обслуговування та клієнтський досвід світового рівня у понад 40 дилерських центрах. Компанія є офіційним імпортером Ford, Volvo, Jaguar, Land Rover, Porsche та Bentley.

# ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З КЛІЄНТАМИ



## МАСОВИЙ ПРОДАЖ

Ритейл орієнтується на масового споживача. Йому вигідно утримувати невеликий штат персоналу, який може обслужити велику кількість клієнтів. Масовий продаж характерний для великих за розміром магазинів (супермаркетів, гіпермаркетів) та магазинів «біля дому».



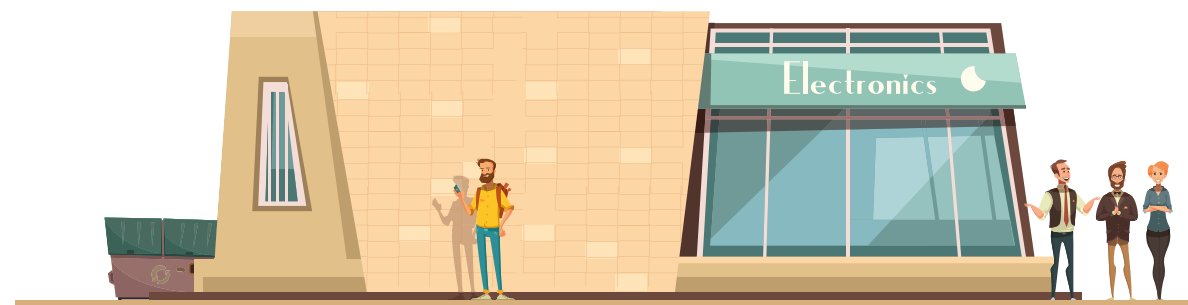
## ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПРОДАЖ

Одним із трендів сьогодення є персоніфіковане обслуговування, яке будується на тому, що компанії все частіше збирають інформацію про споживачів будь-якими способами (аналізують історії онлайн-покупок, інформацію з дисконтних карток тощо). На основі цього аналізу компанії пропонують купити той чи інший товар, який, на їхню думку, потрібен споживачу. Ним користуються, як правило, інтернет-магазини, компанії, які торгують за каталогами (компанії прямого продажу).



## VIP-КЛІЄНТИ

VIP-клієнти — це успішні й забезпечені люди, які хочуть отримати комфортні умови обслуговування; бути впевненими щодо захисту приватних даних; мати гарантію якості товару та професійний супровід. Компанія для роботи з цією категорією повинна впровадити дисконти та програми лояльності, які підкреслюють статус клієнта.



# ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ

## ГОЛОВНИМИ ТРЕНДАМИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ У 2018 РОЦІ СТАЛИ:

■ **Клієнтський досвід** (Customer Experience, CX) — сукупність вражень, які отримує клієнт під час контакту з компанією, що поставляє товар: рівень обслуговування, дизайн торговельного залу, сервісні програми тощо. Компанії активно формують і розвивають клієнтський досвід.

■ **Штучний інтелект** отримає більше поширення. Прогнозують, що 85% усіх покупок до 2020 року у торгівлі відбуватимуться із застосуванням штучного інтелекту.

■ **Посилення свідомого вибору споживача:** дедалі частіше споживачі приймають рішення щодо купівлі, враховуючи багато факторів (екологічність продукту, внесок компанії виробника у вирішення соціальних та екологічних проблем суспільства), а не лише вартість продукту<sup>1</sup>.

Експерти до головних тенденцій додають також ■ **d-commerce (digital commerce) — продаж товарів через соціальні мережі.** Так, наприклад, компанія Tsenso розробила спеціальну програму, яка дозволяє зібрати і відстежити інформацію про зберігання продукту від ферми до столу. На основі зібраних даних розраховується показник свіжості, тобто індикатор терміну придатності в режимі реального часу<sup>2</sup>.

З цим пов'язано і впровадження ■ **омніканальності.** Омніканальність допомагає клієнтам зробити процес купівлі якомога зручнішим і об'єднує електронну комерцію з офлайн-магазинами, а також робить можливим доступ до єдиного асортименту товарів торговельної мережі незалежно від каналу і формату продажу (гіпермаркети, супермаркети, магазини «біля дому» або e-commerce). Наприклад, «Леруа Мерлен», яка представлена гіпермаркетами роздрібної торгівлі будівельними матеріалами, товарами для ремонту, декору та саду, втілює принцип омніканальності. Компанія має мережу магазинів, інтернет-магазин, контакт-центр, представлена в соціальних мережах, а також пропонує своїм клієнтам ряд послуг від партнерів «під одним дахом» та комунікує з клієнтами через імейл-розсилку та Viber.

Із розвитком інформаційних технологій зростають і онлайн-продажі. Глобальні онлайн-продажі товарів повсякденного попиту зростають у чотири рази швидше, ніж традиційні. Це пов'язано з тим, що споживачі ведуть активний спосіб життя і не хочуть витрачати час на відвідування магазинів.

<sup>1</sup>Тренди сектора роздрібної торгівлі. Звіт KPMG. Джерело: <https://home.kpmg.com/ua/uk/home/insights/2018/03/2018-retail-trends.html>

<sup>2</sup>А. Длигач. Украинский ритейл через 3-5 лет. К чему готовится уже сейчас? Джерело: <https://trademaster.ua/innovatsii-v-riteyle/312720>



# ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ В ГАЛУЗІ

Продавець повинен добре розбиратися в психології людей, щоб успішно продавати товари, а також вміти виявляти потреби клієнтів і допомагати їм знайти саме той товар, за яким вони прийшли. В такому випадку обидві сторони будуть отримувати задоволення від роботи та від процесу купівлі. Крім того, продавець повинен бути ввічливим і вміти грамотно спілкуватися.

ПЕРЕВАГИ



**МОЖЛИВІСТЬ ПОЧАТИ КАР'ЄРУ БЕЗ ДОСВІДУ РОБОТИ І БЕЗ ДИПЛОМУ ПРО ВИЩУ ОСВІТУ**

В торгівлі існує багато спеціальностей, які не вимагають спеціальної освітньої підготовки. Найголовнішими є навички (в першу чергу комунікативні) та особистісні якості: ввічливість, відповідальність, мотивація навчатися.

**ПОСТІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ**

Працівники цієї сфери багато спілкуються з різними людьми: клієнтами, постачальниками, колегами.

**РІЗНОМАНІТТЯ**

Існують різні напрями діяльності в різних департаментах, робочі завдання, професійне та кар'єрне зростання.

**ДИНАМІЧНА ТА АКТИВНА РОБОТА**

Робота в сфері торгівлі рухлива, потребує швидкої реакції на запити клієнтів.

**МОБІЛЬНІСТЬ**

Заклади торгівлі мають мережу магазинів, і працівники можуть змінювати робочі локації.

**МОЖЛИВІСТЬ ГНУЧКОГО ГРАФІКУ**

Оскільки заклади торгівлі відкриті для покупців із самого ранку до пізнього вечора, працівники можуть працювати позмінно і вибирати для себе зручний графік роботи.

УМОВИ РОБОТИ В КОМПАНІЯХ



**ОБЛАДНАНЕ МІСЦЕ РОБОТИ**

Основна робота працівників цієї сфери проходить у торговельних залах магазинів та офісах.



**БЕЗКОШТОВНЕ НАВЧАННЯ В КОМПАНІЇ**

Оскільки з'являються нові товари, нові підходи до побудови клієнтського досвіду, працівники торгівлі постійно здобувають нові знання і навички, в тому числі онлайн.



**УНІФОРМА**

Наявність фірмового одягу дозволить не замислюватися над тим, який одяг потрібно придбати для роботи.



**ОФІЦІЙНЕ ПРАЦЕ-ВЛАШТУВАННЯ ТА ПРОЗОРА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ**

Розвинуті торгові компанії, які дбають про свій бренд, забезпечують це співробітникам.



**РІЗНОМАНІТНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПОЛЕГШЕННЯ РОБОТИ**

Наприклад, навантажувачі, автоматичні системи транспортування товарів, електронні бази даних.



**ЗНИЖКИ НА ТОВАРИ КОМПАНІЇ**

Одним з елементів мотивації співробітників є надання їм товарів, якими вони торгують, зі знижками.



**ЗАРОБІТОК ЗАЛЕЖИТЬ ВІД ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ**

Компанії використовують різні мотиваційні програми бонусів та заохочень для співробітників, які залучають нових клієнтів або збільшують товарооборот компанії.

# ДИНАМІКА РИНКУ ПРАЦІ

Професії у сфері торгівлі є найбільш масовими. За даними Державної служби статистики, у сфері торгівлі працює орієнтовно 21,8% зайнятого населення<sup>3</sup>. При цьому кількість робочих місць у ритейлі постійно зростає. Так, за оцінками експертів, у 1-й половині 2018 року збільшення обсягу ринку праці (порівняно з 1-м півріччям 2017 року) відбулося в сфері товарів народного споживання, готельно-ресторанного бізнесу, роздрібної торгівлі та сфери послуг<sup>4</sup>. Попит на працівників у сфері торгівлі постійно зростає у великих містах.

<sup>3</sup> За методологією Держстату розподіл загальної кількості зайнятого населення за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» здійснено на основі комплексної оцінки шляхом інтеграції даних вибіркового обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності, державних статистичних спостережень підприємств і адміністративної звітності. Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

<sup>4</sup> <https://www.work.ua/news/ukraine/939/>



## ОПЛАТА ПРАЦІ

За даними Державної служби статистики, середня зарплата в серпні 2018 року становила **8977,28 грн**, у сфері оптової та роздрібної торгівлі — **9473,42 грн**.

За даними дослідження Ernst & Young, основні гравці на ринку роздрібної торгівлі демонструють здатність адаптуватися до ринку праці та швидко реагують на зміни. Так, зміни в заробітній платі ритейл здійснює у більш як **52%** випадків (показник ринку — 48%). Фактичне підвищення заробітних плат вже здійснили **15%** компаній роздрібної торгівлі (показник ринку — 14%).

Компанії роздрібної торгівлі, особливо компанії з іноземними інвестиціями, піклуються про рівень залученості своїх співробітників, і 70% з них проводять спеціальні дослідження та опитування. За результатами таких досліджень компанії організують різноманітні заходи з підвищення рівня залученості та комфорту — командні заходи, нематеріальну мотивацію, збільшують витрати на тренінги, розширюють пакети пільг.



# КЛЮЧОВІ ЯКОСТІ ТА НАВИЧКИ ДЛЯ РОБОТИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

## ВМІННЯ ШВИДКО ВЧИТИСЯ



«Обираючи роботу у Watsons, я ніколи не сумнівалася, що зробила правильний вибір. Найбільше була здивована тим, що компанія бере на роботу без досвіду, а це величезний плюс. Адже дуже часто під час пошуку потрібної вакансії зустрічаються обмеження за віком чи потрібен стаж. Також сподобалось те, що навчанню персоналу приділяють велику увагу, роблять із нас кваліфікованих працівників торгівлі, за що теж вдячна компанії, оскільки навчений працівник обов'язково принесе користь. Навчальні програми, тренінги, зустрічі — все це робить нас сильнішими, досвідченішими і мудрішими. Я ніколи не пошкодую, що прийшла у Watsons!».

**Ірина Кульган,**  
керуючий магазином Watsons

## ВВІЧЛИВІСТЬ



«Я почав свою роботу в продажах відразу після закінчення інституту. І з часом зрозумів, що продажі — це не тільки бездоганне знання продукту, процесу продажу як такого, знання психології та моделі поведінки клієнта. Хоча, безумовно, це є дуже важлива частина нашої професії. Продажі для мене — це перш за все стосунки з людьми, ставлення до колег та клієнтів. Ваш настрій, емоції, налаштованість і щирість люди відчують. І угода або складається, або ні. Всі найкращі консультанти з продажу автомобілів, яких я зустрічав на своєму шляху, з кого беру приклад, — це насамперед приємні, освічені, багатогранні люди. З ними приємно розмовляти, ділитись думками, а також цікаво слухати їхню думку. Адже класний консультант із продажу автомобілів — це експерт у світі автомобілів і не тільки. Авторитет для інших. Порадник. Товариш».

**Віталій Боздуган,**  
консультант із продажу комерційних автомобілів «Форд Віннер Автомотів»

## КОМУНІКАБЕЛЬНІСТЬ, ГРАМОТНА МОВА



«Вміння спілкуватися є великою перевагою для людей, які хочуть працювати у сфері надання послуг та роздрібною торгівлі. Метою спілкування є обмін інформацією, думками, враженнями та особистим досвідом. В комунікації важливо не тільки те, які слова використовуються, але й інтонація. Правильна комунікація завжди допоможе домовитися і знайти компроміс.

Володіння навичками комунікації та граматично правильна мова дуже важливі в нашій роботі – зусилля, спрямовані на встановлення позитивного контакту з покупцем, впливатимуть на створення позитивного іміджу компанії та, безумовно, відобразяться на фінансових показниках магазину.

При відборі персоналу на вакантні посади компанії-ритейлери звертають особливу увагу на це вміння. В першу чергу важливе бажання і здатність спілкуватися доброзичливо, тверезо та конструктивно (дії та реакції спрямовані на вирішення складностей та покращення ситуації), відсутність агресії у спілкуванні, звинувачень.

Щоб розвинути навички комунікації потрібно намагатися бути доброзичливим та проявляти щирий інтерес до співрозмовника – слухати і намагатися зрозуміти, що цікаво вашому співрозмовнику. Навіть, якщо ви не згодні з вашим співрозмовником/цею – вислухайте та спробуйте зрозуміти. І пам'ятайте, щира усмішка допомагає краще встановити контакт».

**Лілія Савич,**  
директор з управління персоналом, «Леруа Мерлен»

## КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ



«Робота в автомобільному бізнесі — це перш за все клієнти! Саме вони є і перевагою, і викликом, адже люди бувають різні, як і ситуації, в які вони потрапляють. Решта — це вже робочі моменти. Але в будь-якому випадку саме клієнти роблять нашу роботу дуже цікавою, насиченою, емоційною та улюбленою».

**Олексій Кісіль,**  
директор «Вольво Віннер Автомотів»

# ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ



«У роздрібній торгівлі я працюю давно. До «Леруа Мерлен» я працював керівником відділу з продажу комп'ютерів. Потім були 4,5 роки в іншій компанії, якій належить мережа гіпермаркетів, і вона представлена в Україні.

За освітою я фінансист, і це мені допомагає краще розуміти комерцію.

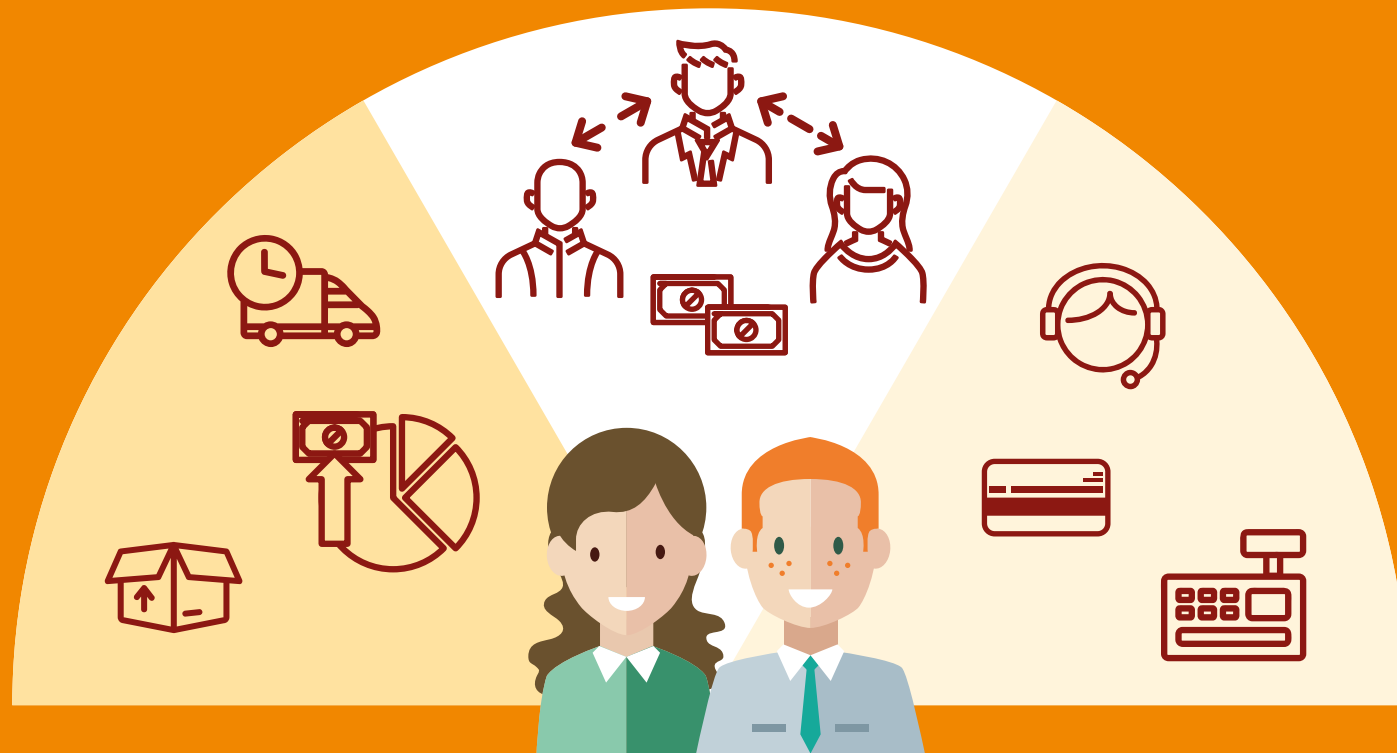
У 2008 році мене знайшов хедхантер, який протягом 6 місяців чекав мого рішення щодо зміни компанії. Я любив компанію, в якій працював, і не хотів її залишати. Але рекрутер виявився досить наполегливим, і я прийняв пропозицію працювати в «Леруа Мерлен Франція». Я пройшов спеціальне тестування — за його результатами був визначений як потенціал, якого могли розглядати на посаду директора магазину, а також мою кандидатуру могли розглядати для роботи за кордоном (експатріація).

Першим місцем роботи в «Леруа Мерлен» був магазин в одному з французьких міст, і я був призначений керівником двох відділів — електрики та освітлення — керівник цих відділів був переведений на іншу посаду, і я повинен був одразу включитися в роботу. Керівником відділу я пропрацював 3 роки, а потім мені запропонували поїхати в Україну.

Перед тим як підписати контракт для роботи за кордоном, компанія організувала мені ознайомчу поїздку в Київ. Перше враження було незвичним — готель був дивним, не таким комфортним, як у Франції. Але я дуже хотів чогось іншого і хотів брати участь у започаткуванні нового бізнесу. Це був 2011 рік. Ми довго чекали відкриття магазину, і французький офіс був готовий мене забрати назад, у Францію. Але мій тодішній директор порадив залишитися, і я дуже радий, що прийняв таке рішення. Мені дуже подобається країна, подобаються люди в Україні — працюючі, цікаві, легко йдуть на контакт. Саме люди мотивували мене залишитися тут. Мені часто пропонують інші країни, але я дуже люблю Україну.

Компанію я люблю за цінності, за те, що кожен день — новий, що можна пробувати і не боятися помилитися, можна проявляти ініціативу, і її підтримають, незалежно від того, хто ти — продавець чи директор. Ми не просто продаємо товар, ми допомагаємо клієнтам наших магазинів реалізовувати їхні мрії. Я люблю допомагати нашим відвідувачам втілювати їхні проекти в життя. Часто клієнти приходять і показують фото проектів, які вони здійснили разом з нашими магазинами, — для мене це одна з найцінніших нагород».

**Деві Ларше,**  
директор магазину «Леруа Мерлен»



# ПРОФЕСІЙНІ НАПРЯМКИ І КАР'ЄРА



# РОБОТА З КЛІЄНТАМИ

Продавець-консультант

Касир торговельного залу

Керівник торгового відділу

Консультант кол-центру

Менеджер з оптових продажів

Керівник напрямку (продакт-менеджер)

## ПРОДАВЕЦЬ-КОНСУЛЬТАНТ

**ФУНКЦІЇ:**

- зустріч та обслуговування клієнтів у відділі;
- надання кваліфікованої консультації клієнтам щодо товарів;
- передпродажна підготовка товару;
- здійснення продажу товарів клієнтам;
- інформування клієнтів щодо додаткових товарів та послуг, які є необхідними для реалізації проекту клієнта;
- досягнення економічних показників відділу.

**ОСВІТА:** середня.

**НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:**

- комунікабельність;
- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- знання сфери застосування продукту (косметологія, будівництво тощо);
- відповідальність.



## КАСИР ТОРГІВЕЛЬНОГО ЗАЛУ

**ФУНКЦІЇ:**

- зустріч та консультування клієнтів у магазині;
- обслуговування клієнтів на касі;
- здійснення продажу супутніх товарів та послуг клієнтам;
- досягнення економічних показників відділу;
- підтримання порядку на касі.

**ОСВІТА:** середня.

**НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:**

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- відповідальність;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.



## КЕРІВНИК ТОРГОВОГО ВІДДІЛУ

### ФУНКЦІЇ:

- сприяння розвитку продажів та доходів сектору;
- впровадження комерційної стратегії з дотриманням правил, проектів та пріоритетів компанії, а також приділення уваги задоволенню клієнтів;
- управління командою: здійснення набору персоналу, організація навчання, проведення оцінювання, сприяння розвитку команди свого відділу;
- активна участь у розробці політики та у прийнятті стратегічних рішень щодо діяльності магазину.

**ОСВІТА:** середня, вища.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту;
- знання маркетингу, медіамаркетингу;
- відповідальність;
- знання і навички стратегічного планування і мислення;
- навички управління персоналом.



## КОНСУЛЬТАНТ КОЛ-ЦЕНТРУ

### ФУНКЦІЇ:

- відповідати на телефонні дзвінки та електронну пошту, приймати та переадресовувати факси;
- інформувати клієнтів відповідно до їхніх потреб;
- фіксувати та передавати номери телефонів і робочу інформацію співробітникам;
- реєструвати запити та скарги клієнтів;
- надавати клієнтам зворотний зв'язок;
- організовувати привітання клієнтів поштою;
- створювати та вести звітність згідно з виробничими потребами.

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- грамотна мова;
- відмінні комунікативні навички.



## МЕНЕДЖЕР З ПРОДАЖУ

### ФУНКЦІЇ:

- пошук потенційних покупців;
- консультування по телефону клієнтів, які вперше звернулися до компанії;
- підтримка і ведення ділових переговорів з клієнтами (оцінка потреб клієнтів, мотивація клієнтів);
- прийом, обробка та виконання замовлень;
- інформування клієнтів щодо акцій, асортименту продукції, цін на неї та надходжень на склад;
- здійснення контролю над відвантаженням товару і розрахунками з покупцями.

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- грамотна мова;
- комунікативні навички;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.



## ТОРГОВИЙ ПРЕДСТАВНИК

### ФУНКЦІЇ:

- пошук потенційних покупців — організацій, які купують товари гуртовими партіями;
- підтримка і ведення ділових переговорів з клієнтами;
- укладання договорів з організаціями про постачання дрібногуртових партій товару;
- контроль над відвантаженням товару і розрахунками з покупцями.

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- грамотна мова;
- комунікативні навички;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.



## МЕНЕДЖЕР З ОПТОВИХ ПРОДАЖІВ

### ФУНКЦІЇ:

- пошук і комунікація з оптовими покупцями;
- ведення переговорів з оптовими покупцями, укладення угод;
- продаж великих партій товару;
- контроль над відвантаженням товару і розрахунками з покупцями.

**ОСВІТА:** середня, вища.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання ринку (учасників ринку, цінової політики, асортименту товару та його особливостей);
- комунікативні навички;
- вміння вести переговори;
- відповідальність;
- аналітичні та організаторські здібності.



## КЕРІВНИК НАПРЯМКУ (ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕР)

### ФУНКЦІЇ:

- ведення переговорів з постачальниками;
- розвиток дилерської мережі;
- координація роботи відділу маркетингу та реклами з просування цих товарів на ринок;
- організація навчання дилерів зі своєї групи товарів.

**ОСВІТА:** середня, вища.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- здатність прогнозувати ринок;
- вміння вести переговори;
- відповідальність;
- аналітичні та організаторські здібності.



«Я приєднався до компанії «Віннер» 15 років тому на посаді консультанта з продажу автомобілів, після чого вивчив всю специфіку автомобільного бізнесу, обіймаючи посади провідного консультанта з продажу, менеджера з продажу, національного менеджера з продажу, заступника бренд-директора, бренд-директора і директора флагманського дилерського центру Porsche в Україні. Мені пощастило супроводжувати весь шлях успішного розвитку бренду Porsche від самого початку!



З дитинства я захоплювався автомобілями і, отримавши вищу освіту в сфері управління міжнародним бізнесом, приєднавшись до компанії «Віннер» та марки Porsche, зміг поєднати своє захоплення та професійні навички».

**Сергій Корольов,**  
директор «Порше Центр Київ Аеропорт»



«Ритейл (роздрібна торгівля) в особі «Леруа Мерлен» — це бізнес, який має людське обличчя. Тут можна себе реалізувати як професіонала і бути просто щасливим від того, що ти займаєшся улюбленою справою. Компанія дає можливість, за бажанням, змінювати сферу діяльності (касир, продавець, співробітник складу; магазин чи офіс) — це як свіже повітря в професії і виключає можливість професійного вигорання. Я пройшла шлях від касира до керівника сектору кас одного з магазинів «Леруа Мерлен». Зараз у мене нова місія — я менеджер із співпраці з клієнтами і відповідаю за це співробітництво від імені усієї компанії. В «Леруа Мерлен» працюю із задоволенням, бо бачу результат своєї роботи, вірю в свою перспективу і впевнена в завтрашньому дні».

**Потапенко Ірина,**  
менеджер із співпраці з клієнтами (Client Relations Manager)  
«Леруа Мерлен»



«Я працюю в компанії вже кілька років і пройшла через багато нововведень, змін робочих процесів та складу колективу, але з упевненістю можу сказати, що мені подобається моя робота. Світ змінюється, і змінюємось ми. Стараємось крокувати нога в ногу із сучасним світом та змінами у ньому. Нові працівники, нові покупці, нові методики і практики в роботі. Цікаві тренінги для працівників вчать нас пристосовуватись до сучасності. У роботі радує можливість рости і розвиватись, можливість кар'єрного зростання. Приємно бути корисною, уміти порадити, допомогти підібрати товар, щоб покупці були задоволені».

**Людмила Стасюк,**  
адміністратор залу, Watsons



# РОБОТА З ТОВАРОМ

Мерчендайзер

Менеджер  
з доставки.  
E-commerce

Фахівець  
із закупівель.  
E-commerce

Менеджер  
з маркетингу

Менеджер з логістики

## МЕРЧЕНДАЙЗЕР

### ФУНКЦІЇ:

- розміщення продукції і рекламних матеріалів у магазинах;
- здійснення контролю за цілісністю упаковки та термінами придатності продуктів на полицях;
- проведення навчання продавців з питань особливостей товару, якості, складу товару тощо.

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- відповідальність;
- комунікабельність.



## МЕНЕДЖЕР З ДОСТАВКИ. E-COMMERCE

### ФУНКЦІЇ:

- адміністрування веб-замовлень (середньо- і високорівнева);
- адміністрування (облік) доставок гіпермаркетів;
- налагодження нових бізнес-процесів у e-commerce;
- комунікація з існуючими клієнтами та партнерами (компаніями-перевізниками, відділом логістики магазину).

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- грамотна мова;
- комунікативні навички;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.



## ФАХІВЕЦЬ ІЗ ЗАКУПІВЕЛЬ. E-COMMERCE

### ФУНКЦІЇ:

- підготовка інформації, необхідної для створення і надання пропозиції товару;
- дослідження тенденцій ринку та здійснення моніторингу продукції конкурентів;
- наповнення веб-сайту товарними пропозиціями;
- зміна цін на товари в системі;
- сприяння вибору продукції в ході здійснення комерційної діяльності;
- забезпечення ефективного зв'язку з усіма внутрішніми підрозділами та зовнішніми партнерами;
- аналіз показників діяльності відділу (звітність);
- ведення документообігу відділу (договори, рахунки, специфікації);
- підготовка інформації, корисної для обговорення умов та управління закупками.

**ОСВІТА:** середня.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання продукту (основні характеристики, склад, особливості застосування);
- грамотна усна і письмова мова;
- знання маркетингу;
- знання основ документознавства;
- комунікативні навички;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.

## МЕНЕДЖЕР З МАРКЕТИНГУ

### ФУНКЦІЇ:

- ретельне вивчення товару і його особливостей;
- вивчення споживачів товару, їх сегментація;
- вивчення ринків збуту і їхньої специфіки;
- аналіз конкурентів і їхньої діяльності;
- прогноз попиту і його динаміки;
- формування товарного асортименту;
- участь у ціноутворенні тощо.

**ОСВІТА:** вища, професійно-технічна.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- знання маркетингу і маркетингових досліджень;
- знання з реклами і комунікаційних технологій;
- вміння працювати з програмним забезпеченням;
- аналітичні навички;
- навички стратегічного планування;
- навички проведення маркетингових досліджень.



## МЕНЕДЖЕР З ЛОГІСТИКИ

### ФУНКЦІЇ:

- організовує доставку товару та його складування;
- розробляє схему постачання;
- аналізує ринок транспортних послуг, шукає надійних партнерів;
- координує дії з відділом продажу, зі складом;
- готує документи для митниці (за необхідності).

**ОСВІТА:** середня або вища.

### НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ І НАВИЧКИ:

- розуміння особливостей організації складської логістики;
- комунікативні навички;
- вміння працювати з навантажувально-розвантажувальною технікою;
- вміння працювати з оргтехнікою;
- вміння працювати з програмним забезпеченням.

\***promo team** (укр. «промокоманда») — крос-функціональна команда в центральній офісі «Watsons Україна». Вона складається з представників майже всіх департаментів, є окремою структурною одиницею та не підпорядковується ієрархічно жодному департаменту чи керівнику. Таке рішення було прийнято на рівні топ-менеджменту для скорочення багатьох робочих процесів між ключовими департаментами. Як результат — більша швидкість прийняття рішень та їх впровадження. А також самостійність та гнучкість процесів сумісної роботи.



«Мені подобається атмосфера, яка панує в нашій компанії, а також демократичний стиль управління: якщо працівник бажає розкритися, проявити себе, двері для нього відчинені.

Пам'ятаю свій перший робочий день і перші враження — багато товару, порядок і дисципліна. Людина, яка працювала на складі, мала бездоганно знати весь товар. Це зараз є можливість відсканувати товар чи скористатися voice speaking (модуль, який забезпечує голосові підказки під час збору товару для магазину), а раніше потрібно було досконало знати вигляд того чи іншого товару. Ми стажувалися й інтенсивно вивчали асортимент. Я пройшов довгий шлях у Watsons, неодноразово отримував пропозиції перейти в інший відділ, але мені цікава аналітика, рух товару. Основне завдання мого відділу — своєчасно та в повному й відповідному обсязі поставити товари в магазини й аптеки.

Раніше всі замовлення технічно здійснювалися в магазинах. Та компанія постійно розвивається і впроваджує нові технології для збільшення ефективності робочих процесів. Так, зараз існує модуль RPM, програма для автоматичного замовлення товару. Нашою метою була автоматизація процесів, ми рухалися до неї довгий час, але мені було цікаво пройти його.

На сьогодні я — учасник **promo team\*** від департаменту логістики. Безпосередньо мої функціональні обов'язки — це забезпечення товарами, які беруть участь у промоактивностях (hot offer, е-каталог, фестивалі). З моменту участі в promo team моя співпраця з іншими департаментами стала тіснішою, для себе я усвідомив, що щоденна робота в єдиній команді представників різних департаментів стає значно ефективнішою. Здавалося б, ті речі, які несумісні, кінців врешті-решт ув'язуються. І з часом ми бачимо результат: наша робота стає більш ефективною. Зараз у мене роль амбасадора: я представляю свій департамент у promo команді, і навпаки, моє завдання — донести рішення команди promo своїм колегам департаменту логістики та закупок».

**Євген Остапечь,**  
фахівець відділу по роботі з замовниками, департамент логістики  
«Watsons Україна»

# КАРТА КАР'ЄРНОГО ЗРОСТАННЯ



# ІСТОРІЇ УСПІХУ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ

## ІРИНА АНТОНЮК,

директор аптечної мережі  
«Watsons Україна»



“**Перше досягнення, яким пишаюся, — перемога у конкурсі на знання продукції в аптеці**

«Я розпочала свою діяльність у компанії більше ніж 10 років тому з продавця аптеки, далі по кар'єрних сходах займала позицію старшого продавця, менеджера, керуючої аптеки, і вже після цього отримала посаду в офісі. Потім було декілька підвищень — від заступника керівника відділу продажів до заступника директора. Зараз я директор аптечної мережі.

Моє перше незабутнє враження від першої посади у Watsons — багато навчання й безліч іспитів. На посаді продавця потрібно було знати все про товар, для того щоб спілкуватися з клієнтами на належному рівні.

Взагалі робота за прилавком — безцінний досвід, якщо ти хочеш продовжити кар'єру в ритейлі. Наприклад, із часом я зрозуміла, що на

кожен товар є свій покупець. Наприклад, одного дня, напередодні 8 Березня, до нашої аптеки прийшов чоловік і попросив підібрати косметичку з догляду за обличчям для своєї подруги. Я запропонувала йому косметичку найдорожчого бренду, внутрішньо сумніваючись у тому, що він придбає її. Та, на моє здивування, він придбав кілька товарів на досить велику суму. Після цього я навчилася розрізняти клієнтів та їхні уподобання. Як виявилось пізніше, це був «таємний покупець» цієї компанії-виробника, він передав на знак подяки подарунок — величезний кошик цієї косметики. Тоді для мене ця історія була схожа на казку! :).

Незважаючи на динамічний кар'єрний шлях, я щоразу боюся робити крок вперед, щоб не вийти із зони комфорту. Але професійна літерату-

ра, тренінги на роботі та поза нею допомагають мені, постійно нагадують, що не варто боятися і треба бути сміливішою.

Перше досягнення, яким пишаюся, — конкурс на знання продукції в аптеці, коли я виграла поїздки до Парижа. Тоді це було межею моїх мрій! Взагалі-то в компанії часто проводять мотивуючі конкурси для персоналу.

Сьогодні дуже часто фігурує термін dream job, для мене це в першу чергу люди, з якими комфортно працювати, це складнощі, які ти долаєш щодня. Мені в житті пощастило: я ніколи не дивилася на годинник на роботі. Весь день проходить швидко та на одному подиху, щодня я натхненна своєю справою. Звісно, як усі, іноді я дуже втомлююся від великого потоку справ, але

ж це постійний рух вперед, це весело і цікаво. Особливо у такій динамічній і передовій компанії, де є всі можливості для розвитку, решта залежить від тебе!»

“**...робота за прилавком — безцінний досвід, якщо ти хочеш продовжити кар'єру в ритейлі**



## АНДРІЙ ФІЛІПЕНЯ, директор «Форд Віннер Автомотів»

“**Моєю мотивацією є постійний рух та час, якого обмаль.**



«Мій професійний шлях починався з роботи в гаражі, де я займався ремонтом автомобілів «Москвич», «Жигулі», «Газель» та інших. Працював звичайним слюсарем із ремонту автомобілів. Навчаючись у МЦА «Міжрегіональний центр підготовки спеціалістів автосервісу», це колишнє ПТУ № 37, я мріяв працювати на сервісі «Мерседес» УкрАВТО слюсарем. У той час я на перервах ходив до них та через скло дивився, як працюють механіки на офіційному сервісі, але мрія моя здавалась нездійсненною, адже туди в той час брали інженерів із заводу «Антонов», які мали вищу освіту та досвід. Все це мене дуже сильно мотивувало, і я наполегливо навчався та працював для того, щоб все ж таки отримати роботу на офіційному сервісі.

Я здобув диплом із відзнакою автослюсаря 4-го розряду та продовжив своє навчання на автотранспортника-механіка. І вже наприкінці останнього курсу влаштувався на роботу на сервісну станцію «Хонда» також механіком. Потім я вступив до НТУУ КПІ на стаціонар та після того, як мені запропонували роботу приймальника на сервісі MAN, я перевівся на заочну форму навчання. Далі була робота в імпортерській структурі MAN, потім в іншій компанії — представництві нафтової компанії. А в 2005 році я потрапив на «Віннер», де працюю і зараз. Все, що мною рухало весь час, — це бажання розвиватись та навчатись. У 2010 році я за підтримки «Віннер» отримав ступінь MBA в IBR Steinbeis University Berlin.

І це не була крапка в моєму розвитку! Навіть зараз я продовжую навчання та займаюсь постійним саморозвитком. Моєю мотивацією є постійний рух та час, якого обмаль.

Життя — це подорож! Навколо мене постійно з'являються люди, які мене мотивують, які є прикладом для мене, поряд з якими я хочу бути гідним суперником. Саме це є основним мотиватором. Основною перевагою нашої компанії є крута команда, а також її топ-менеджери, які створюють унікальну атмосферу для роботи. Аналогів на автомобільному ринку в Україні на сьогодні нема. Тому кожен, хто мріє про гідну роботу та любить автомобілі, повинен мати мету потрапити саме в нашу команду. Тому потрібно не забувати, що, став-

лячи перед собою амбітні цілі, ми отримуємо можливість досягти високого результату. Мрійте, ставте цілі та досягайте їх!»

“**Мій професійний шлях починався з роботи в гаражі, де я займався ремонтом автомобілів «Москвич», «Жигулі», «Газель» та інших**



## ЛІЛІЯ САВИЧ,

директор  
з управління персоналом  
компанії «Леруа Мерлен  
Україна»



“... люди – моє  
найбільше  
натхнення.”

Перебираючи спогади про свій досвід, розумію, що люди – моє найбільше натхнення. Чим би не займалась – робота в школі чи проекти у міжнародних організаціях, – все про людей і з людьми.

Вже більше 20-ти років працюю у міжнародному середовищі. Першим таким досвідом була робота в Міжнародному правозахисному центрі «Ла Страда-Україна», де почала працювати консультанткою на «гарячій лінії» з питань запобігання торгівлі людьми. Потім виконувала місію менеджера з превентивних освітніх програм, яка передбачала проведення інформаційних кампаній у різних куточках України. Співпрацю з «Ла Страдою» закінчила на посаді віце-президента центру. Потім була робота радником з правових питань у Програмі рівних можливостей Програми Розвитку ООН. Разом

з колегами та колежанками з ПРООН опікувалася проектами, спрямованими на запобігання торгівлі людьми та протидію насильству у сім'ї. Робота в міжнародних організаціях розширила світогляд: я навчилася співпрацювати з представниками і представницями різних національностей, краще розуміти людей і цінувати різноманіття.

Я ніколи не думала, що досвід роботи в міжнародних проектах приведе в ритейл (роздрібну торгівлю). Не уявляла, що «Леруа Мерлен» дозволить знайти себе у різних сферах – професій багато, вистачить для всіх.

В компанію «Леруа Мерлен» прийшла у 2008 році нічого не розуміючи про HR (людські ресурси). Всьому навчили – і підбирати персо-

нал, і навчати, і рахувати зарплату, і розуміти бізнес. За час роботи в компанії досягнула усіх сфер HR – рекрутинг, навчання та розвиток, внутрішні комунікації, компенсації та пільги.

З 2013 по 2015 працювала керівником служби персоналу магазину «Леруа Мерлен» за кордоном. Працюючи в магазині багато спілкувалася з клієнтами магазину – це теж давало розуміння, як ми повинні вдосконалити наші професії, які знання опанувати і як допомогти колегам надавати послуги найвищого рівня. Пам'ятала і про маленьких відвідувачів магазину – скільки літачків зробила для маленьких клієнтів, щоб розважити їх і допомогти батькам здійснювати покупки! І це теж про професію HR у моїй компанії.

Це був непростий, але дуже важливий досвід для розвитку моєї кар'єри – знати і розуміти

професії магазину, відчувати потреби усіх співробітників, сприяти розвитку колег і компанії, бути прикладом для наслідування, підтримувати дух підприємництва і втілювати цінності компанії повинен кожен топ-менеджер.

“... я навчилася  
співпрацювати з  
представниками  
і представницями  
різних національностей,  
краще розуміти людей  
і цінувати різноманіття



# ПОЧАТОК КАР'ЄРИ



## ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

Управління та адміністрування

## КОД СПЕЦІАЛЬНОСТІ

076

## НАЗВА СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

## ПЕРЕЛІК КОНКУРСНИХ ПРЕДМЕТІВ ЗНО

1. Українська мова та література
2. Математика
3. Географія або Іноземна мова  
(Англійська мова; Французька мова;  
Німецька мова; Іспанська мова)



# ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ<sup>5</sup>

- Академія праці, соціальних відносин і туризму (АПСВТ)
- Білоцерківський національний аграрний університет (БНАУ)
- Вінницький навчально-науковий інститут УДФСУ
- Вінницький національний технічний університет (ВНТУ)
- Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
- Державний університет інфраструктури та технологій (ДУІТ)
- Державний навчальний заклад «Дніпровський технолого-економічний коледж»
- Донбаський державний технічний університет (ДонДТУ)
- Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (ДонНУЕТ)
- Донецький національний університет імені Василя Стуса (ДонНУ імені Василя Стуса)
- Житомирський державний технологічний університет (ЖДТУ)
- Запорізька державна інженерна академія (ЗДІА)
- Запорізький національний університет (ЗНУ)
- Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка (К-ПНУ)
- Київська академія міжнародної економіки і міжнародних відносин (КАМЕМВ)
- Київський міжнародний університет (КиМУ)
- Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (КНЕУ)
- Київський національний торговельно-економічний університет (КНТЕУ)
- Київський національний університет технологій та дизайну (КНУТД)
- Київський національний університет будівництва і архітектури (КНУБА)
- Київський національний університет імені Тараса Шевченка (КНУ)
- Класичний приватний університет (КПУ)
- Міжнародний університет фінансів (МУФ)
- Львівський торговельно-економічний університет (ЛТЕУ)
- Національний авіаційний університет (НАУ)
- Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова (НПУ)
- Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» (НТУУ КПІ)
- Національний транспортний університет (НТУ)
- Національний університет біоресурсів і природокористування України (НУБПУ)
- Національний університет харчових технологій (НУХТ)
- Полтавський університет економіки і торгівлі (ПУЕТ)
- Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського (ТНУ)
- Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ
- Університет економіки та права «КРОК»
- Київський професійний ліцей сфери послуг
- Вище комерційне училище Київського Національного торговельно-економічного університету
- Кіровоградський професійний ліцей сфери послуг
- Кременчуцький професійний ліцей сфери послуг
- Львівське вище професійне училище торгівлі та сфери послуг

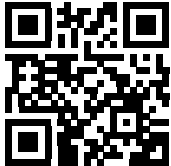


<sup>5</sup>На початку вступної кампанії обов'язково перевірте на сайті навчального закладу, чи має він ліцензію на підготовку фахівців за цією спеціальністю.

# ONLINE-КУРСИ




Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності.  
Курс читає партнер, генеральний директор  
Apple Consulting® Юлія Плієва.  
Розміщений на Prometheus



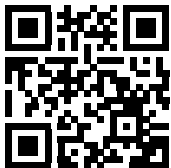

Основи Digital Маркетингу.  
Розміщений на Coursera




Market Research and Consumer Behavior.  
IE Business School.  
Розміщений на Coursera




Директор з продажів. Ілля Рейніш.  
Розміщений на освітній платформі Laba




# ЩО ЧИТАТИ

- Девід Новак. «Веди людей за собою». — МАН, 2012.
- Джефф Сазерленд. «SCRUM. Навчись робити більше за менший час». — Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016.
- Дункан Кларк. «Алібаба. Дім, який збудував Джек Ма». — K.Fund, 2016.
- Карл Сьюелл, Пол Браун. «Клієнти на все життя». — МАН, 2011.
- Філ Барден. «Код зламано, або Наука про те, що змушує купувати». — Книжковий Клуб «Клуб Сімейного дозвілля», 2017.
- Стенлі Маркус. «Секрети ідеального магазину». — МАН, 2009.
- Бред Стоун. «Продається все». — Наш Формат, 2017.
- Тоні Шей. «Доставляючи щастя». — МАН, 2011.
- Сем Уолтон. «Зроблено в Америці. Як я створив Wal-Mart». — Альпіна Паблішер, 2012.
- Ковадонга О'Ші. «Феномен Zara». — Ексмо, 2016.
- Філ Найт. «Взуття-буття. Історія Nike, розказана її засновником». — Наш Формат, 2017.
- Новини в українському ритейлі: <https://rau.ua/>



# МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МОЛОДІ

## Програма Talent Booster Effect («Леруа Мерлен Україна»)

24-місячна програма для співробітників та співробітниць, які мають бажання реалізувати та проявити свій потенціал незалежно від професії та досвіду. Програма передбачає навчання за кордоном (в групі компаній ADEO) та розробку проекту, на наступному етапі учасники та учасниці програми реалізують цей проект у своїй компанії, на третьому етапі — працюють за кордоном, отримуючи досвід роботи в іншому культурному середовищі.

«Леруа Мерлен Україна» надає кожному своєму співробітнику та кожній співробітниці можливості для професійної реалізації та особистісного росту. Коли новий/а співробітник/ця приєднується до компанії, для нього/неї розробляється індивідуальна програма інтеграції на основі специфіки майбутньої роботи. В компанії розвинутий інститут наставництва. Це ті співробітники та співробітниці компанії, які супроводжують новачків та діляться своїми навичками та знаннями. Також для кожного співробітника/ці компанії на основі його/її здібностей, навичок та потенціалу формується індивідуальний професійний проект.

Усі співробітники компанії мають рівні можливості для кар'єрного розвитку.

У заміщенні співробітників та співробітниць на посадах або для відкриття нових вакансій компанія використовує в першу чергу внутрішні резерви — існує резерв потенційних та талановитих співробітників і співробітниць, які мають пріоритетне право бути розглянутими на відкриті вакансії.

«Леруа Мерлен Україна» — частина групи «АДЕО» з великою історією та розвинутою корпоративною культурою, де співробітники і співробітниці поважають одне одного, вміють працювати в команді, проявляючи ініціативу. Кожен співробітник «Леруа Мерлен», починаючи розвиток своєї кар'єри в компанії, стає частиною міжнародної команди, додаючи до неї унікальних особливостей і власних фарб.



watsons

«Watsons Україна» надає своїм співробітникам широкі можливості для реалізації кар'єрних амбіцій.

В компанії впроваджена програма підготовки кадрового резерву, яка базується на оцінюванні результативності роботи, навчанні та наставництві, які спрямовані на розвиток ключових компетенцій. Кожен працівник магазину має можливості кар'єрного розвитку як в рамках роздрібної мережі, так і в головному офісі компанії.

Компанія піклується про підвищення кваліфікації співробітників як за допомогою широкого спектру навчальних програм всередині компанії, так і шляхом надання можливостей поєднати роботу та зовнішнє навчання, пропонуючи зручний графік роботи. Крім цього, компанія бере на себе часткові витрати на вивчення іноземних мов, що, безперечно, прямо впливає на збільшення можливостей для професійного розвитку працівників.

«Watsons Україна» співпрацює з навчальними закладами, надаючи студентам можливість проходити оплачувану виробничу практику в міжнародній компанії з можливістю подальшого працевлаштування. Також «Watsons Україна» є піонером в Україні з ефективною співпрацею з навчальними закладами в рамках проектів дуальної освіти. На цей час із трьома навчальними закладами підписані відповідні договори.

# ПРОЕКТ «КАРТА ПРОФЕСІЙ»

**Карта професій – унікальний освітній проект Центру «Розвиток КСВ», в рамках платформи Career Hub, що успішно реалізується в Україні з 2016 року за підтримки українських компаній.**

На сьогодні партнерами проекту вже стали: Астарта-Київ, Монсанто Україна, Swarovest Бест Груп, Harveast Holding, Syngenta, Arzinger, Baker & McKenzie, DLA Piper, Василь Кісіль і Партнери, УкрСиббанк BNP Paribas Group, ПУМБ, Bakotech, SAP, Леруа Мерлен Україна, Watsons Україна та Winner Group Ukraine.

Питання професійного самовизначення як ніколи актуальне для України, адже

- діти не знають різноманіття професій та обирають спеціальність керуючись стереотипами, а не реальними фактами;
- випускники школи не розуміють, як будувати кар'єру;
- діти та їх батьки обирають закордонну освіту, нехтуючи можливостями в Україні.

Компанії-партнери об'єдналися для того, щоб допомогти школярам пізнати різноманітність світу професій, важливі навички та кар'єрний шлях у різних професійних сферах. Завдяки складовим проекту діти зможуть дослідити свої інтереси та здібності, дізнатись про реалії професій та можливості початку кар'єри від успішних фахівців, а найголовніше запланувати власну кар'єру починаючи зі школи до реалізації у професії.

## СКЛАДОВІ ПРОЕКТУ:

**Інформаційні буклети про професії та кар'єру у різних секторах.**

Буклети включають інформацію про галузі, професійні напрямки, карти кар'єри для різних професій, історії успіху спеціалістів та ключові рекомендації для молоді. Також в буклетах розміщується корисна інформація про програми стажування у різних компаніях.

**careerhub.in.ua – портал про початок кар'єри і працевлаштування**

Веб-ресурс створений для школярів, студентів та батьків, які цікавляться питаннями професійного самовизначення, освіти та розвитку навичок, а також можливостями початку кар'єри.

**Програма занять для шкіл «Бесіди про кар'єру»**

Методичні матеріали для вчителів з проведення занять на тему професійного самовизначення та планування кар'єри для учнів 5–10 класів. Матеріали для інтерактивних занять складаються із трьох модулів, в рамках яких діти відкриють для себе світ професій, дізнаються про свої сильні сторони в різних сферах та запланують майбутній кар'єрний шлях.

**Спільнота шкіл «Кар'єра мрії»**

В рамках проекту започатковано першу в Україні спільноту шкіл «Кар'єра мрії», яка об'єднала більш, ніж 100 навчальних закладів з усієї країни, щоб проводити бесіди про кар'єру з учнями та спільно сприяти професійному самовизначенню учнів.



## КОНТАКТИ:

info@careerhub.in.ua,  
(044) 292 02 48  
careerhub.in.ua

**Долучайтесь до проекту!**