

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЇ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПРЕДСТАВНИКА**

Сьогодні важко явити собі велику компанію без мережі регіональних представництв та філій. Справа в тому, що торговельні компанії або підприємства, які займаються роздрібною торгівлею та залежать від оптових поставок, відчують зростаючу конкуренцію з боку електронної комерції, фірм прямої поштової розсилки, торговельних домів, які торгують по каталогам тощо [1, с. 41]. Як наслідок, щоб не втратити прибуток, компанії потрібно займатися дистрибуцією, яка є суттєвою ланкою процесу постачань продукції, яка охоплює потоки готової продукції від виробничих потужностей або складів постачальників до кінцевих споживачів.

Торговельний представник є співробітником дистрибуторської компанії або безпосереднього виробника, який пропонує продукцію різним торговим точкам. По суті він є посередником між компанією-постачальником і торговими точками, або між підприємствами оптової торгівлі і роздрібною мережею. Торговий представник зобов'язаний стежити за своєчасним постачанням товару в магазин, пояснювати продавцям, як правильно розставляти продукцію, рекомендувати відпускну ціну, вибирати найбільш вигідне місце та контролювати виставлення продукції в торговельному залі.

Професія торгового представника є професією переважно розумової праці, яка більшою мірою пов'язана з отриманням і переробкою інформації. Його робота полягає у просуванні продукції компанії на певній території, поліпшенні контактів з існуючою клієнтською базою та пошуку нових клієнтів, прийомі та обробці замовлень, контролі термінів і сум оплати [2]. Він телефонує директорам і менеджерам магазинів, пропонує їм продукцію своєї компанії, домовляється з ними про зустріч. Після отримання домовленостей із представниками магазину він виїжджає безпосередньо на торговельну точку, знайомить адміністрацію магазину з товаром, показує його переваги, у разі успішних домовленостей укладає договір на поставку товару. Надалі він контролює дотримання умов цієї угоди, зокрема, своєчасну оплату.

З іншого боку, сучасні споживачі товарів та послуг очікують постійного підвищення їх якості, постійно отримуючи вичерпну інформацію про продукцію з Інтернету чи інших джерел, що дозволяє їм більш усвідомлено підходити до придбання товарів. При цьому вони виявляють меншу лояльність до певних торгових марок, що теж впливає на прибуток окремих компаній, які раніше були лідерами продажів або їх товар користувався значним попитом.

Як наслідок, торговельний представник повинен працювати з запереченнями клієнта, розуміти та долати їх. Він повинен знати, що є категорія людей, які на першу пропозицію завжди реагують відмовою. І навіть якщо потенційний споживач відмовився, тоді це потрібно обдумати та обговорити з

керівником або колегами. Фахівці вважають, що вміння працювати з запереченнями клієнтів є умовою успішних продажів та задоволення від роботи. Для цього необхідно навчитися під час переговорів аналізувати причини відмов. Велика кількість відмов клієнта від співробітництва полягає у низькій підготовці торговельного представника щодо знання особливостей конкретної продукції. Тому торговельний представник повинен знати переваги та особливості товару, який рекламується, вигоди, які отримує клієнт, коли почне реалізовувати цю продукцію [3].

Головними якостями, за якими визначається торговельний представник, є: вміння спілкуватися з клієнтами та керівництвом; пунктуальність, оскільки це впливає на імідж компанії; грамотність при веденні документації та оформленні договору; вміння розбиратися в конфліктних ситуаціях та не провокувати негативну поведінку потенційного (дійсного) клієнта. Якщо торговельний представник відноситься до закордонного підприємства, до його професійних обов'язків також належить знання тієї іноземної мови, інтереси якої він представляє, знайомство на достатньому рівні з фаховою лексикою, пов'язаною з предметом співпраці [5, с. 334].

Торговельний представник має право: розпоряджатися увіреними йому фінансовими і товарно-матеріальними ресурсами; підписувати і візувати документи в межах своєї компетенції; запрошувати від керівництва і фахівців підприємства інформацію і документи, необхідні для виконання його посадових обов'язків; вимагати від керівництва підприємства забезпечення організаційно-технічних умов і оформлення встановлених документів, необхідних для виконання посадових обов'язків.

Посада торговельного представника затребувана практично у всіх компаніях, що займаються торговельною діяльністю. Це можуть бути організації, які продають продукти харчування, медикаменти, побутову техніку, електронні пристрої, поліграфічну продукцію, будівельні товари, упаковку різних видів тощо. На думку кадрових фахівців, попит на цю професію не тільки збережеться, але можливо навіть збільшиться, оскільки торговельні працівники потрібні практично будь-якої компанії, яка пропонує будь-які товари або послуги населенню [4].

#### Література:

1. Лисичный Д. Н. Использование инновационного маркетинга в деятельности отечественных предприятий // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 4(2). – С. 41-47.
2. Особенности профессии торгового представителя: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://mirsovetov.ru/a/miscellaneous/employment/trade-representative.html>.
3. Работа с возражениями торгового представителя: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://abmdd.com/rabota-s-vozrazheniyami-torgovogo-predstavatelya/>.
4. Торговый представитель: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [https://www.profguide.ru/professions/Torgovyy\\_predstavitel.html](https://www.profguide.ru/professions/Torgovyy_predstavitel.html).
5. Федун Л. М. Професії гуманітарної сфери: специфіка розподілу та сучасні вимоги: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.iitta.gov.ua/3904/1/10.pdf>. – С. 333 – 336.