

УДК

Кулик Р. – ст. гр. ММ - 1

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ, ТА ПРОБЛЕМИ ЇХНЬОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Науковий керівник: Семенюк С.Б.

Існує два основних способи доведення товару або послуги до споживача: можна продавати його безпосередньо споживачу або реалізувати його через посередників. Сьогодні практично жоден виробник не обходиться без допомоги останніх. Тому для розуміння ролі посередників в сучасній торгівлі необхідно взагалі з'ясувати :що таке посередницька діяльність, в чому її сутність. Також необхідно визначити, який розвиток має в Україні посередництво, в чому його проблеми. Ці проблеми розглядали в своїх роботах Войчак А.В.,Апопий В.,Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. Та інші.

Задача посередників полягає у трансформуванні асортименту продукції, що випускається виробниками, в асортимент товарів, необхідних споживачам. При збуті товару безпосередньо споживачу виробник отримує весь прибуток, але йому необхідно слідкувати за ефективністю реалізації . Він повинен реалізувати свій товар настільки ж ефективно, що і професійний посередник, і за ту ж ціну. Часто посередники напротязі багатьох років вкладають значні кошти в організацію складування і транспортування , тому товаровиробникові для забезпечення настільки ж ефективного збуту необхідно буде витратити просто астрономічні кошти.Тому кожен повинен займатися своїми справами: виробник – виробляти, посередник – доставляти товари до споживачів. Хоча можливі й виключення.

Найбільш складною і нерозв'язаною проблемою розвитку посередництва являється слабка правова база. Потрібно відмітити,що правова база регулювання посередницької діяльності, як і всього економічного обороту , складається із фрагментів непрямих законів. В її основі лежать також відомчі нормативні акти, різні інструкції і положення, а частіше за все розробки самих посередників. Зрозуміло,що таку базу неможливо вважати прийнятною. Друга важлива причина, яка стримує розвиток посередницької діяльності, носить організаційний характер. Сутність проблеми заключається в тому, що в Україні організаційні форми торговельного посередництва формуються стихійно. Вони часто мають вигляд деформованих копій зарубіжних структур, які важко вписуються в реальну вітчизняну практику. На кінець проаналізуємо проблему фінансово-економічного механізму функціонування посередників.Механізм посередницької діяльності в Україні тільки формується. У ньому тільки визначаються фінансово-економічні ричаги: ціни, процентні ставки, винагородження, льготи, стимули, податки. Але ці ричаги досить слабо адаптовані до специфіки діяльності посередників.Це відноситься перш за все до цін, скидок на об'єкти угод, ставок, платежів, деяких налогів. При цьому не відрегульовані гарантії з боку посередника, його відповідальність перед контрагентами.

Встановлення посередницької діяльності в Україні пов'язане з багатьма складними проблемами правового, організаційного, фінансово-економічного характера. Їх вирішення дозволить сформувати широку сітку посередницьких структур, що особливо важливо в умовах лібералізації міжнародної торгівлі і активізації вітчизняного товарного виробництва.