

## Взаимодействие посреднических звеньев на рынках услуг Республики Беларусь

Макаревич Н. В.

Белорусский национальный технический университет

Для современного маркетинга характерна тенденция к созданию мощных распределительных систем. Подобные системы действуют на выходе ТПС в форме сетей магазинов или крупных торговых пространств. Это квалифицируется специалистами по маркетингу как интегрированный сбыт.

Что касается рынка услуг в Республике Беларусь, то посреднические структуры здесь аналогичны тем, которые задействуются в товаропроводящих сетях по продвижению материальной продукции. Дилер (оказывающий сервисные услуги), агент (представитель, поверенный) и комиссионер (способствующий заключению сделки на оказание услуг) так же различаются по двум критериям:

- от чьего имени действует посредник;
- за чей счет действует посредник.

Отметим, что предыдущий посредник или производитель услуг для посредников всех типов (дилеров, дистрибьюторов, агентов, джаберов, ПДП, ПДС и других) называется принципалом, за исключением комиссионера, франчайзиата, лицензиата (для них это соответственно – комитент, франчайзер и лицензиар).

Таким образом, принципал взаимодействует с посредником 1-го уровня сети, а тот – в свою очередь – с посредником 2-го уровня и т.д. В качестве соглашений, регламентирующих взаимодействие, могут использоваться:

- между принципалом и дилером – договор поставки в части пунктов, оговаривающих оказание гарантийного и постгарантийного сервиса;
- между дилером и агентом (представителем, поверенным) – договор поручения, договор подряда, договоры возмездного оказания маркетинговых, информационных или консультационных услуг;
- между дилером и комиссионером – договор комиссии.

Горизонтальное взаимодействие обеспечивается контактами между посредническими звеньями из разных ветвей сети. Здесь возможны партнерские соглашения, договоры о совместной деятельности, договоры возмездного оказания маркетинговых, информационных или консультационных услуг, а также создание простых товариществ для перекрестных маркетинговых проектов (выставок, консалтинговых центров, джаберских мастерских, конференций, «круглых столов», бизнес-туров и учебных семинаров для персонала посреднических структур).