

## Секция 9

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦЕНОВОЙ И СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ

*И.В. Алексеенко  
БГЭУ (Минск)*

### НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ-МЕДИАСЕЛЛЕРА

Основная деятельность компании-медiasеллера — продажа эфирного времени (медиа) и оказание услуг в размещении рекламной информации. Одной из таких компаний, работающих на белорусском рынке, является рекламно-коммерческая дирекция Национальной государственной телерадиокомпания Республики Беларусь.

Формирование ценовой политики рекламно-коммерческой дирекции Национальной государственной телерадиокомпания осуществляется в соответствии с Положением о порядке формирования и применения тарифов на размещение рекламной информации и цен на рекламную продукцию в системе Национальной государственной телерадиокомпания Республики Беларусь, которым закреплено, что тарифы и цены формируются в соответствии с Положением о порядке формирования и применения цен и тарифов, утвержденным постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 22.04.1999 г. № 43, на основании плановой себестоимости, всех видов установленных налогов и неналоговых платежей, необходимого размера прибыли, а также с учетом особенностей, устанавливаемых положением. Это предполагает, в первую очередь, расчет базового тарифа, а затем для определения окончательных тарифов разработку системы повышающих и понижающих коэффициентов, при расчете которых используются данные по величине рейтинга времени и программ, а также конъюнктуры рынка, предоставляемые организациями, занимающимися социологическими и маркетинговыми исследованиями. В результате применения системы повышающих коэффициентов образуется шкала тарифов, к которым могут применяться повышающие и понижающие коэффициенты в за-

висимости от специфики и позиционирования размещаемой информации.

Кроме того, при расчете системы понижающих коэффициентов учитываются вид, характер рекламы, вид рекламируемых товаров и услуг, а также величина бюджета, выплачиваемого заказчиком за размещение информации в телеэфире за определенный отрезок времени.

Анализ системы ценообразования рекламно-коммерческой дирекции указывает, что применяемая методология ценообразования, несмотря на обеспечение прибыльной работы организации, не позволяет в полной мере добиться максимизации прибыли в ситуации превышения спроса над предложением.

В практике иностранных компаний-медиаселлеров для того, чтобы максимально эффективно использовать ситуацию превышения спроса над предложением, используют аукционное ценообразование.

Идея способа состоит в том, что блоки-лоты, выставленные на аукцион, не имеют фиксированной цены. Агентства в процессе он-лайн торгов сами определяют цену выхода своих спотов. Точно так же происходит торг за позиционирование спотов в блоке. На аукцион выставляются, как правило, так называемые Special Events, например, спецпроекты каналов, новогодние передачи и т.п.

Торги проводятся в два этапа — первоначально за место в блоке, потом (по окончании торгов за место) — за позиции в блоке. Для каждого этапа торгов действительно правило 2-х минут, означающее, что торги заканчиваются через две минуты после окончания времени торгов, если за эти две минуты не последовало ни одной новой ставки. Если ставка поступила, с момента ее поступления торги продолжают еще две минуты и т.д. Лоты, по которым закончились торги, подсвечиваются серым цветом, лоты, по которым в данный момент времени идут торги, — красным, лоты, по которым торги еще не начинались, — черным. Каждый лот содержит данные о сроке торгов, начальной цене минуты и гарантированной цене покупки.

*Д.В. Волосатова*  
БГЭУ (Минск)

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Экспорт является одним из приоритетов экономического развития Республики Беларусь. Экспортная ориентация экономики обусловлена сложившейся структурой хозяйственного комплекса, традиционно ориентированного на производство товаров для внешнего рынка, а также отсутствием в достаточном количестве собственных материально-сырьевых ресурсов. Экономика Беларуси является исключительно зависимой от развитых экспортных и импортных рынков, что под-