

лизацию продукта. При этом для старых рынков важнейшим средством продвижения являются CRM-решения и построение концепции маркетинга взаимоотношений, для новых рынков — донесение до потребителя информации о соответствии стандартам качества и используемых технологиях ведущих брендов, которым доверяет местный потребитель.

Что касается внешних рынков с высоким уровнем конкуренции и высоким платежеспособным спросом, то попадание на них подобной продукции возможно, как правило, лишь через местных посредников (или с их участием) и после выполнения сертификационных требований. В таком случае наиболее серьезное конкурентное преимущество может представлять цена продукции при прочих равных условиях поставки и сервисного сопровождения, если оно необходимо.

*П.В. Ястремская, канд. экон. наук
О.А. Мочалина, студентка
БГТУ (Минск)*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА СБЫТА ОАО «БЕРЕЗАСТРОЙМАТЕРИАЛЫ»

Устойчивое наращивание объемов сбыта является весьма актуальной проблемой отечественных производителей. Основной продукцией ОАО «Березастройматериалы» является керамическая плитка для пола и внутренней облицовки стен, которую дополняют декоративные элементы (фризы и декоры). Также недавно предприятие освоило выпуск керамической плитки для бассейна. Продается продукция под торговой маркой «Beryoza Ceramica». Продукция «Beryoza Ceramica» соответствует мировым стандартам качества, что означает жесткое соблюдение качества нанесения глазури, экологичности и надежности.

Белорусский рынок керамической плитки развивается в тесной корреляции со строительным рынком страны. Основное влияние на развитие рынка плитки оказывает промышленное, жилищное и коммерческое строительство.

Предприятию целесообразно использовать стратегию поиска и развития новых рынков сбыта, расширения имеющейся товаропроводящей сети и создания собственной, что позволит предприятию безболезненно перераспределять продукцию с проблемных рынков на перспективные и развивающиеся.

По результатам анализа комплекса маркетинга можно предложить мероприятию по увеличению объема сбыта продукции ОАО «Березастройматериалы». Одним из главных направлений совершенствования сбытовой деятельности предприятия представляется расширение товаропроводящей сети, что поможет не только закрепиться на рынках, но и увеличить объемы сбыта.

Для расширения товаропроводящей сети на белорусском рынке предлагается открыть магазины в нескольких городах с высокой численностью населения, в которых будет продаваться не только продукция предприятия, но и сопутствующие товары (унитазы, умывальники и т.д.). С учетом численности населения в различных городах Беларуси, присутствия в них конкурентов, транспортной доступности и ожидаемых объемов продаж целесообразно инвестировать в открытие магазинов с региональным складом в Пинске и Новополоцке, открытие магазина в Волковыске.

Еще одним немаловажным направлением совершенствования сбыта является расширение выставочной деятельности.

Общей характерной чертой белорусских производителей плитки является ориентация на экспортные поставки. С одной стороны, это вызвано необходимостью зарабатывать валюту, продавая продукцию на внешнем рынке, а с другой — возможностью получать дополнительную прибыль, пользуясь высокой платежеспособностью зарубежных покупателей. ОАО «Березастройматериалы» экспортирует свыше 50 % продукции в Россию, Украину, Молдову, Казахстан, Азербайджан, Кыргызстан, Литву и другие страны и стремится расширить рынки сбыта. Ежегодно предприятие принимает участие в международных выставках, проходящих как в Европе, так и в странах СНГ. Принимая участие в отраслевых выставках, кроме стран СНГ, ОАО «Березастройматериалы» сможет получить дополнительную экспортную прибыль. Одной из перспективных международных отраслевых выставок можно считать ежегодную выставку «RESTA» (г. Вильнюс, выставочный комплекс Lithuanian Exhibition Centre).

Для увеличения объемов сбыта за счет инструментов ценовой политики предприятия целесообразно предоставлять сезонные скидки для физических лиц на продукцию ОАО «Березастройматериалы», характеризующуюся эластичным спросом (плитку для облицовки стен, фриз и декоры), а также скидки за большой объем заказа — для юридических лиц.

Реализация разработанных мероприятий для ОАО «Березастройматериалы» позволит увеличить объемы сбыта продукции и повысить эффективность функционирования предприятия в целом.

*Т.Е. Яцевич, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

Разработка маркетинговой стратегии в сфере услуг — сложный процесс, требующий проведения глубоких исследований состояния и раз-