

зависимости 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 развития экспорта, и эта зависимость возрастает, что под-

тверждает рост экспорта по отношению к ВВП с 45,1 % в 1995 г. до 57 % в 2000 г. и 60 % в 2003 г. Наличие отрицательного сальдо внешнеторгового оборота Республики Беларусь делает актуальной проблему повышения экспортного потенциала за счет роста экспортных цен.

Данная работа посвящена вопросам формирования цен при выходе на зарубежные товарные рынки. Основными проблемами в сфере внешнеторгового ценообразования наряду с излишним государственным регулированием, несовершенством системы налогообложения является и проблема информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь.

Выходу белорусских экспортеров на зарубежные рынки должны предшествовать масштабные маркетинговые исследования, в том числе и в области ценообразования. Стоимость таких исследований достаточно высока. Поэтому создание целостной системы информирования о ценах на мировых рынках товаров и услуг призвано не только обеспечить оперативный сбор и получение информации, но и значительно снизить издержки белорусских экспортеров. Кроме того, функционирование такой системы снизит вероятность случаев применения необоснованных цен, злоупотреблений, последующих расследований и санкций. Разработкой такой системы занимается в настоящий момент Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен при Министерстве иностранных дел Республики Беларусь. Система предназначена для оказания информационных услуг на основании предоставления экспортерам специализированной маркетинговой информации о конъюнктуре цен на зарубежных рынках. Основной выгодой реализации проекта создания ИС "Мировые рынки" является повышение эффективности заключаемых внешнеэкономических контрактов за счет обеспечения информационной поддержки работ по обоснованию и формированию цен. Кроме того, реализация проекта позволит повысить качество, оперативность информационной поддержки предприятий и органов государственного управления на основании создания комплексного информационного ресурса общегосударственного значения с системой удаленного доступа участников внешнеэкономической деятельности к официальной (достоверной) информации о конъюнктуре цен с применением современных информационных технологий.

Применение ИС "Мировые рынки" позволит обеспечить комплексное использование информационного ресурса о конъюнктуре цен на товары и услуги в интересах абонентов (органов государственного управления и юридических лиц), обеспечить оценку коммерческих и некоммерческих рисков, заключаемых внешнеэкономических контрактов и принятия решений двух направлений осуществления ВЭД за счет:

- при экспорте — максимально возможного приближения контрактных цен к ценам, действующим на мировых и региональных рынках, обеспечивая профилактику работ по защите экономических интересов государства и сокращения случаев экспорта товаров в зарубежье по заниженным ценам;