М.С. Кондухович
Е.А. Якушик
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — Н.Ю. Черник

ОСОБЕННОСТИ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе развития рыночной конкуренции традиционные методы продвижения продукции становятся менее эффективными. Ограничение эффективности рекламы приводит к смещению акцентов в комплексе продвижения товаров на торговый маркетинг, значение которого с каждым годом увеличивается.

Трейд-маркетинг — это комплекс мероприятий, направленных на увеличение продаж бренда и формирование приверженности к бренду за счет воздействия на всех участников товарной цепи. Инструментарий трейд-маркетинга разнообразен: мерчендайзинг и стандартизированная выкладка товаров, презентации и тренинги для торговой команды и клиентов, различные методы материального стимулирования команды, ответственной за продажи, скидки для оптовых и розничных посредников, мероприятия в торговых точках и совместные активации. [1—3].

Однако при всей важности и безусловной эффективности трейд-маркетинга доля использования его инструментария в странах СНГ в 2,2 раза меньше, чем в мире в целом. Наиболее используемыми инструментами на протяжении последних нескольких лет остаются промоскидки, мерчендайзинг и размещение POS-материалов. Количество агентств, оказывающих услуги BTL-продвижения в Республике Беларусь, ограничивается 5—7 крупными игроками.

Отрасль товаров повседневного использования весьма разнообразна и охватывает огромное количество производителей. Приведем сравнительную характеристику использования трейд-маркетинговых инструментов в сферах Household (товары для дома) и Dairy (молочная продукция) (см. таблицу).

Инструменты и результаты трейд-маркетинга в отраслях

Показатель	Household	Dairy
Размещение POSM	Рост отгрузок на 26,6 %	Рост продаж до 17 %
Установка ДМП	Рост продаж в период размещения ДМП до 26,8 %	Рост продаж до 40 %
Разработка планограмм по выкладке продукции	Ротация ассортимента и разработка планограммы выкладки позволили увеличить продажи в сети «Корона» на 40 %	Разработка планограммы на основании продаж торговых позиций увеличивает продажи до 23 %

Окончание таблицы

Показатель	Household	Dairy
Реализация BTL в торговых точках	Число участников акции — 930 человек в течение 2 недель	Более 15 тыс. контактов в течение месяца
Разработка мотивационных программ для торговых представителей	Увеличение отгрузок продукции на 96 % в течение 3 недель	Увеличение количества клиентов в сегменте HoReCa на 127 % в течение 3 месяцев

Несмотря на значительные отличия в потребительском поведении покупателей каждого сегмента и особенности рынков, трейд-маркетинг оказывает значительное влияние на эффективность продаж в обеих сферах.

Таким образом, средняя эффективность трейд-маркетинговых мероприятий в секторе FMCG в Беларуси составляет порядка 30 %, что подтверждает необходимость их использования и существенного развития в деятельности компаний отрасли, так как большинство решений о покупке принимается непосредственно в торговом объекте. При этом существует необходимость подготовки специалистов сферы трейд-маркетинга.

Литература

1. Портал о торговом маркетинге [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: http://trademarketing.ru/node/429. — Дата доступа: 13.05.2015.

2. Рейтинг рекламных агентств Беларуси по итогам 2013 [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: http://marketing.by/novosti-rynka/obyavleny-reytingi-reklamnykh-agentstv-belarusi-po-itogam-2013-goda/. — Дата доступа: 13.05.2015.

3. Ассоциация рекламных организаций [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: http://www.aro.by/reyting-kreativnosti-reklamnyh-agentstv-belorussii.html. — Дата доступа: 13.05.2015.

Т.В. Косинская
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — кандидат экономических наук В.В. Терешина

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ТАКС НА ЛЕС

На данном этапе развития лесное хозяйство Республики Беларусь находится на низком уровне развития. Многие организации лесного хозяйства остаются нерентабельными. Необходима модернизация в отрасли во всех сферах деятельности. Государство ежегодно выделяет большие объемы финансовых ресурсов для поддержки лесохозяйствен-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны універсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.
BSEU. Belarus State Economic University. Library.
http://www.bseu.by elib@bseu.by