

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Хвалея А. Я., студент
Научный руководитель – Мотько Н. А.,
ст. преподаватель каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Неценовая конкуренция представляет собой такой вид конкуренции на рынке, при котором инструментами манипуляции над потребителем являются неценовые факторы, то есть любые способы, за исключением изменения цены. Каждое предприятие использует какие-либо методы неценовой конкуренции, чтобы реализовать как можно больше товара. Предприятия в Республике Беларусь не являются исключением. В Беларуси наибольшее распространение получили такие способы воздействия на покупателей, как совершенствование технологий, качества товара, поиск новых рынков сбыта, наличие рекламы, регулярные распродажи, брендинг и развивающийся интернет-маркетинг.

Безусловно, любая компания пытается улучшить технологию и качество своего товара, многие компании используют скидки для привлечения покупателей. Но что же касается поиска новых рынков сбыта и брендинга, такие методы применяют в основном большие компании, которые уже смогли состояться на рынке. Посредством поиска новых рынков сбыта компании продвигают свою продукцию путём различных маркетинговых технологий, что позволяет им стать более известными, а соответственно увеличить спрос на продукцию. Ведущие компании страны, названия которых у всех на слуху, развивают свой бренд, тем самым набирая популярность и также увеличивая количество покупателей. Помимо того, в брендинге действует такой фактор, как мода. Люди, которые гонятся за трендами, не могут устоять перед фактом, что бренд увеличит их социальный статус. Поэтому бренд также способствует наращиванию количества покупателей и спроса на товар.

Отдельное внимание стоит уделить такому инструменту, как интернет-маркетинг. Данный вид неценовой конкуренции является наиболее современным, так как количество пользователей сети Интернет увеличивается и люди проводят время в Интернете всё чаще, потому что Интернет даёт им всё больше и больше возможностей совершать что-либо, не выходя из дома. В Республике Беларусь наиболее часто употребляемыми инструментами интернет-маркетинга являются контекстная и медийная реклама, а также SMM-маркетинг. Эти инструменты являются наиболее эффективными, так как белорусские пользователи сети Интернет чаще всего пользуются такими поисковыми системами, как Google и Yandex, а в Беларуси при этом популярными системами контекстной рекламы являются Google Adwords и Yandex Direct. Контекстная и медийная реклама представляют собой показ рекламы, в которой потенциально заинтересован покупатель.

Также множество людей, в частности молодёжь, пользуется социальными сетями, например, Vkontakte или Facebook. Здесь применяется SMM-маркетинг – рекламирование через социальные сети. Объявления в социальных сетях заинтересовывают людей, которые в свою очередь кликают на рекламу, а затем вольно или невольно погружаются в сайт компании. E-mail-рассылки же в Беларуси не получили большого распространения и используются в основном большими компаниями. Но фактически данный вид рекламы является довольно эффективным, так как в современном обществе множество людей часто используют E-mail, а соответственно, такую рекламу было бы сложно не заметить. Помимо интернет-рекламы, в Беларуси хорошо распространена обыкновенная реклама, которая имеет место быть на улице, в транспорте и т.д. Реклама в виде буклета, попадающая в почтовые ящики, позволяет привлечь все слои населения, в том числе пожилых людей, которые в большинстве случаев не могут быть подвержены рекламе в Интернете.

Итак, в Республике Беларусь существует довольно много способов продвижения товара, но наиболее эффективные из них могут использоваться лишь крупными компаниями. Самым современным методом неценовой конкуренции является интернет-маркетинг, пока ещё только развивающийся в Беларуси, но являющийся одним из наиболее эффективных инструментов в маркетинге.