

**РАЗНОВИДНОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА,  
ПРИМЕНЯЕМЫХ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Хвалей А.Я.**, студент

Научный руководитель – Кузьмицкая Т.В., ст. преподаватель  
каф. «Экономика и право»  
Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

Для обеспечения эффективности маркетинговой деятельности белорусские предприятия прибегают к применению различных инструментов. Это позволяет им повышать узнаваемость предприятия, при этом завоевывая интерес большего количества людей, что, в свою очередь, представляет возможным увеличить спрос.

К наиболее распространенным инструментам маркетинга в Беларуси можно отнести следующие: рекламу, брендинг, ассортиментную политику, разработку и внедрение инноваций, скидочную политику, предоставление возможности отсрочки платежа. Итак, в стране успешно реализуется такой инструмент маркетинга, как реклама, которая может быть замечена на баннерах, рекламных буклетах, при просмотре телевизоров, а также прослушивании радио. Более того, в рамках рассмотрения данного инструмента маркетинга необходимо выделить электронную рекламу: контекстную и медийную рекламу, SMM-маркетинг, создание сайтов. Не менее важным инструментом является брендинг, направленный на увеличение узнаваемости товарного знака и предприятия в целом. Также на белорусских предприятиях активно применяется создание широкого ассортимента, которое порождает альтернативы для потребителей, тем самым предоставляя им хорошие условия выбора. Отсюда же вытекает склонность предприятий к внедрению инноваций, что позволяет заинтересовать потребителей качественно новыми товарами и услугами. Таким образом, белорусские производители используют разнообразные инструменты маркетинга, наиболее подходящие им в текущей рыночной ситуации.