

ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

В.А. Бибельник, О.С. Ключник,
студентки 2 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:
старший преподаватель

С.П. Мармашова (ГИУСТ БГУ)

Современная инфляция является сложным экономическим процессом, который в большей или меньшей степени охватывает все страны. Инфляция опасна для рыночной экономики, т. к. она быстро распространяется и является трудно устранимой.

В настоящее время любой рынок включает в себя маркетинговую среду, которая состоит из различных элементов, на каждый из которых инфляция оказывает влияние.

Инфляция обесценивает результаты труда, препятствует экономическому росту, изменяет уровень и динамику потребления товаров и услуг. Если в стране высокая инфляция, то конкурентоспособность страны снижается. Помимо этого импортные товары становятся дешевле отечественных. В результате этого импорт возрастает, а экспорт снижается.

Для борьбы с инфляцией появляется необходимость в привлечении дополнительных ресурсов. Компании вынуждены постоянно повышать цены на продукцию для того, чтобы покрыть издержки. В свою очередь, работники компаний постоянно требуют повышения заработной платы.

В связи с ростом цен на товары и услуги снижается спрос на них, в результате чего компании увеличивают свои затраты на продвижение продукции.

Современный бизнес реализуется с помощью набора контролируемых инструментов маркетинга, используемых с целью управления рыночным спросом. Данный набор представляет собой комплекс маркетинга, который включает в себя следующие составляющие: Product – товар, Price – цена, Place – распределение товаров, Promotion – продвижение.

Товар является ядром комплекса маркетинга. В случае, если товар не в состоянии удовлетворить покупателя и его потребности, то никакие дополнительные затраты и усилия, связанные с использованием других элементов комплекса маркетинга, не смогут улучшить позиции товара на рынке [1, с. 15].

Цена товара (услуги) представляет собой то количество денег, которое покупатель отдает за возможность пользоваться товаром или услугой.

Распределение товаров предполагает выбор механизмов их перемещения в пространстве и време-

ни от производителя к потребителю, а также места продажи и реализуется с помощью сбытовой политики предприятия, сотрудничества с теми или иными посредническими организациями [1, с. 15–16].

Продвижение представляет собой любую форму информационных связей, которые используются фирмой для увеличения продаж в кратко- и долгосрочной перспективе.

Инфляция оказывает существенное влияние на каждый из элементов комплекса маркетинга. Прежде всего, это значительный рост цен на товары и услуги. В Республике Беларусь индекс потребительских цен на товары и услуги в январе 2015 г. по сравнению с декабрем 2014 г. вырос на 2,4 % [2].

В связи с падением курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам и отсутствием валюты в обменных пунктах население стало скупать продукцию в магазинах по старым ценам, чтобы минимизировать потери денежных средств. Примером может служить сеть магазинов электроники и бытовой техники «Пятый элемент», когда на полках магазинов отсутствовали многие виды как импортной, так и отечественной продукции.

Помимо этого многие магазины понесли огромные убытки в связи с их закрытием по инициативе Министерства торговли Республики Беларусь (на основании постановления Совета Министров Республики Беларусь от 19 декабря 2014 года № 1207 «О некоторых вопросах потребительского рынка» [3]). Это было обусловлено двумя причинами: либо это недостаток отечественных товаров в ассортименте (были закрыты такие магазины, как «Электросила», «5 элемент», «Гиппо», «Мегатоп» и др.), либо неоправданное повышение цен на товары (приостановили свою деятельность интернет-магазины onliner.by, sfera.by, mobilgsm.by, radiomarket.by и др.).

Влияя на уровень цен, инфляция неизбежно приводит к изменению спроса и к увеличению затрат на продвижение товаров. Компании вынуждены максимально эффективно использовать различные средства продвижения, чтобы увеличить спрос на товары и услуги. Так, с середины февраля по апрель 2015 года сеть магазинов «Гиппо» снижает торговую надбавку на тысячи товаров в среднем на 10 % [4]. В сети магазинов электроники и бытовой техники «Пятый элемент» можно приобрести более 500 товаров от мировых производителей в рассрочку без переплат сроком на 5 и 6 месяцев [5].

Инфляция является сложной экономической проблемой, но, как любая проблема, она имеет свои пути решения. Подстраиваясь под потребности потребителей и формируя у них лояльное отношение к бренду, многие компании смогут не только сохранить спрос на товары или услуги, но и увеличить его вне зависимости от уровня цен.

Для увеличения спроса на продукцию и успешных продаж магазинам необходимо продавать товары по соотношению «цена-качество». К примеру, аналогичные товары разных производителей с подобными характеристиками, но имеющие различные виды дополнительных функций не должны продаваться в одном ценовом диапазоне (телевизор, SMART-телевизор, телевизор с функцией 3D).

Помимо этого компании должны уделять больше внимания политике продвижения, использовать различные способы стимулирования сбыта (трай-вертайзинг, трансьюмеризм, акции и т. д.).

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что инфляция неизбежно и неблагоприятно влияет на весь комплекс маркетинга. Поэтому предприятия и организации в сложившихся условиях целесообразно продавать товары по соотношению «цена-качество» и уделять больше внимания политике продвижения.

Литература

1. Черченко, Н.В. Основы маркетинга: ответы на экзаменац. вопр. / Н.В. Черченко. – 2-е изд. – Минск : Тетра-Системс, 2010. – 96 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Об изменении цен в январе 2015. – Минск, 2015. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа : 26.02.2015.
3. О некоторых вопросах потребительского рынка : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 19 дек. 2014 г. №1207 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2014 г. – 5/39875.
4. Гиппо. Экономим Ваши деньги: «Гиппо» снижает торговую надбавку в среднем на 10 % [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <http://gippo.by/ru/clients/specoffers/94.html>. – Дата доступа : 27.02.2015.
5. Пятый элемент. Рассрочка без переплат! [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <http://5element.by/info/news/301162/>. – Дата доступа : 27.02.2015.