

О. А. Шавлюга,
канд. экон. наук,
Академия управления при Президенте
Республики Беларусь (г. Минск)
e-mail: olga.sk.19@mail.ru

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных рыночных условиях обеспечение эффективности продвижения товаров и услуг на внешние рынки является приоритетным направлением для белорусских организаций.

Необходимо отметить, что Республика Беларусь осуществляет многовекторную внешнеэкономическую политику и активно участвует в международных интеграционных процессах. В 2024 году белорусская продукция экспортирована на рынки 161 страны [1].

К основным задачам продвижения можно отнести: предоставление информации потребителям о преимуществах товара (услуги), формирование образа престижности, стимулирование спроса на товары (услуги), обеспечение обратной связи с потребителями. При продвижении товаров и услуг на рынок необходимо использовать комплекс таких маркетинговых средств, как реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR), личная (персональная) продажа.

По итогам 2024 года внешнеторговый оборот товаров и услуг Беларуси составил более \$100 млрд, увеличившись по сравнению с 2023 годом на 5,1% [2]. В целях продвижения товаров и услуг на внешние рынки унитарным предприятием «Белинтерэкспо» Белорусской торгово-промышленной палаты (БелТПП) в 2024 году были организованы 29 выставок и экспозиций с участием белорусских производителей, предприятий и организаций в 18 странах мира [3]. В 2025 году Министерство иностранных дел Республики Беларусь и БелТПП планируют совместно организовывать визиты белорусских деловых кругов за рубеж, участвовать в работе межправительственных комиссий по торгово-экономическому сотрудничеству, развивать институт представителей БелТПП за рубежом, усиливать взаимодействие по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности, информационно-маркетинговому и организационному обеспечению внешнеэкономической сферы [4].

Для эффективного продвижения товаров и услуг на внешние рынки белорусским организациям необходимо осуществлять активные маркетинговые коммуникации с потенциальными потребителями, принимать участие в международных выставках и ярмарках, повышать конкурентоспособность предлагаемых товаров (услуг) и формировать для них уникальные программы продвижения, использовать преимущества интернет-маркетинга.

Список использованных источников

1. Министерство иностранных дел Республики Беларусь : [сайт]. – Минск, 2007–2024. – URL: https://mfa.gov.by/export/foreign_trade/ (дата обращения: 14.03.2025).
2. Внешнеторговый оборот товаров и услуг Беларуси за 2024 год увеличился на 5,1% и превысил \$100 млрд // БЕЛТА – Новости Беларуси. – URL : <https://belta.by/economics/view/vneshnetorgovyj-oborot-tovarov-i-uslug-belarusi-za-2024-god-uvlechilsja-na-51-i-prevysil-100-mlrd-694899-2025/>. – Дата публ. : 10.02.2025.
3. Об итогах 2024 года и перспективных планах: отчетное собрание состоялось в «Белинтерэкспо» БелТПП // Белинтерэкспо – организация выставок, Минск, 2025. – URL: <https://www.belinterexpo.by/mediatsentr/news/ob-itogakh-2024-goda-i-perspektivnykh-planakh-otchetnoe-sobranie-po-itogam-raboty-sostoyalos-v-belin/>. – Дата публ. : 28.01.2025.
4. О посещении Министром иностранных дел Беларуси М. Рыженковым Белорусской торгово-промышленной палаты // Министерство иностранных дел Республики Беларусь : [сайт]. – Минск, 2007–2024. – URL: https://mfa.gov.by/press/news_mfa/a1319ea76205ff9b.html. – Дата публ. : 31.01.2025.