

ров. Компании, которые первыми освоят эти технологии, получают конкурентное преимущество и смогут выстраивать более долгосрочные и эффективные партнерства в будущем.

### **Источники**

1. Immersion marketing // WikipediA. — URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Immersion\\_marketing](https://en.wikipedia.org/wiki/Immersion_marketing) (date of access: 30.03.2025).
2. Котлер, Ф. Маркетинг 6.0 / Ф. Котлер, Х. Картаджайя. — М. : Вильямс, 2023. — 212 с.

**Е.А. Губко, Л.В. Лащ**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук А.С. Сверлов  
БГЭУ (Минск)*

## **ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ В КИТАЕ<sup>1</sup>**

Китай занимает ключевую позицию в торговых отношениях с Беларусью, являясь одним из основных рынков сбыта для белорусских товаров. В последние годы наблюдается устойчивый рост спроса на белорусскую продукцию, включая сельскохозяйственные товары, текстиль, машины и оборудование. Однако выход на китайский рынок сопряжен с рядом вызовов. Во-первых, высокая конкуренция со стороны как местных производителей, так и международных брендов требует от белорусских компаний разработки уникальных предложений и стратегий. Во-вторых, строгие сертификационные требования и стандарты качества могут стать серьезным барьером для экспорта.

Цель исследования — определить наиболее эффективные каналы продвижения белорусских товаров в Китае, основываясь на анализе экспортных данных и предпочтений местных покупателей.

Для достижения поставленных целей исследования были применены следующие методы:

- анализ статистики внешней торговли между Беларусью и Китаем:
  - выявление товарной структуры экспорта: какие категории товаров пользуются наибольшим спросом в Китае (например, продовольственные товары, машиностроение, удобрения);
  - сбор и анализ данных об объемах экспорта и импорта между двумя странами за последние 2–3 года;
- изучение спроса на белорусские товары среди китайских потребителей:
  - анализ отзывов и оценок белорусских товаров на популярных китайских платформах электронной коммерции, таких как Tmall и JD.com;

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках исследований, выполняемых в СНИЛ «Поиск».

– изучение факторов, влияющих на выбор потребителей: качество, цена, бренд, упаковка и т.д.

В 2024 г. экспорт белорусских товаров в Китай через Белорусскую универсальную товарную биржу показал значительный рост, увеличившись в 1,6 раза и достигнув 129,3 млн долл. США [1]. Основную долю экспорта составили пиломатериалы из хвойных пород, хотя также активно поставлялись молочная продукция (сухое молоко, сливочное масло, сливки) и полуфабрикаты из говядины. Традиционно ключевой позицией китайского импорта из Беларуси являются калийные удобрения. По итогам 2024 г. за ввоз белорусского калия Пекин заплатил почти 844 млн долл. США (табл. 1) [2].

Таблица 1

Экспорт и основные категории товаров

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г. (прогноз)
Общий экспорт в Китай, млрд долл. США	1,33	1,6	1,9
Экспорт через биржу, млн долл. США	80,8	129,3	160
Основные категории товаров	удобрения, молочные продукты, древесина	косметика, мясные консервы, мороженое, шоколад, удобрения, пиломатериалы	текстиль, органическая косметика, продовольственные продукты, удобрения

Данные таблицы показывают, что спрос на белорусские товары в Китае будет только расти, а категории товаров будут различаться в зависимости от трендов на рынке Китая.

Каналы продаж, их доля в общем объеме и основные потребители представлены в табл. 2.

Таблица 2

Каналы продвижения

Канал продаж	Доля в общем объеме, %	Основные потребители
Онлайн-платформы (Tmall, JD.com)	65	Молодежь, работающие специалисты (25–35 лет)
Социальные сети (WeChat, Douyin)	20	Женщины и мужчины 25–40 лет
Традиционные магазины	15	Люди 50+

Очевидно, что доминирующими каналами продаж являются онлайн-платформы.

Рост экспорта белорусских товаров в Китай обусловлен не только увеличением объемов поставок, но и диверсификацией ассортимента, адаптированного под предпочтения местных потребителей. Для дальнейшего успеха белорусских производителей важно:

- глубже изучать предпочтения китайского потребителя, чтобы предлагать востребованные товары;
- развивать онлайн-продажи через местные маркетплейсы и социальные платформы;
- расширять сотрудничество с китайскими партнерами для увеличения охвата рынка.

Использование этих стратегий позволит белорусским товарам укрепить позиции на китайском рынке и увеличить объемы экспорта.

### **Источники**

1. Беларусь в 1,6 раза увеличила биржевой экспорт в Китай за 2024 год // Официальный сайт Республики Беларусь. — URL: [https://www.belarus.by/ru/business/business-news/belarus-v-16-raza-uvelichila-birzhevoj-eksport-v-kitaj-za-2024-god\\_i\\_184206.html](https://www.belarus.by/ru/business/business-news/belarus-v-16-raza-uvelichila-birzhevoj-eksport-v-kitaj-za-2024-god_i_184206.html) (дата обращения: 31.03.2025).
2. Белорусская универсальная товарная биржа (БУТБ). — URL: <https://www.butb.by/> (дата обращения: 01.04.2025).
3. Министерство экономики Республики Беларусь. — URL: <https://economy.gov.by/ru/> (дата обращения: 01.04.2025).
4. Китайское СМИ Xinhua. — URL: <http://www.xinhuanet.com/> (дата обращения: 02.04.2025).
5. Китайское СМИ Global Times. — URL: <https://www.globaltimes.cn/> (дата обращения: 02.04.2025).

**У.К. Демешкевич, А.Д. Скробот, Е.И. Семейко**  
 Научный руководитель — **И.С. Шумских**  
 БГЭУ (Минск)

## **БИОМЕТРИЯ ПЛАТЕЖЕЙ: НАСКОЛЬКО ГОТОВЫ БЕЛОРУССКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ**

Каждый человек имеет уникальные физические характеристики, как врожденные, так и приобретенные в течение жизни: отпечатки пальцев, геометрия рук, рисунок вен, походка, мимика, интонация голоса. Все эти характеристики называются биометрическими данными. Их особенность в том, что по ним можно идентифицировать личность, так как у каждого человека они индивидуальны.

Для идентификации чаще всего используются изображение лица, голос, отпечатки пальцев и радужка глаза.

Индустрия биометрических платежей стимулируется главным фактором — растущей популярностью оплаты посредством мобильных устройств. Биометрия обеспечивает ряд преимуществ по сравнению с другими решениями или методами идентификации пользователя, такими как пароли и PIN-коды, которые требу-