

техногенного характера; реабилитация загрязненных и иных экологически дестабилизированных территорий, восстановление их биосферных функций.

УДК 659.15

## **ВЫСТАВочно-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА**

Гапонова А.В., студентка 3 курса

Научный руководитель – Аснович Н.Г., старший преподаватель  
Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Выставочно-ярмарочная деятельность – одного из важнейших инструментов рыночных отношений, без которого невозможно успешное развитие торговли и предпринимательства, совершенствование производственных технологий, расширение межгосударственных экономических связей. Именно на выставках и ярмарках разворачивается борьба за покупателя, потребителя, клиента. Здесь идет жесточайшая конкуренция товаров, раздел сфер влияния на мировом рынке.

Воздействуя на рынок и внедряя свой продукт, предприятие использует различные методы для ознакомления с ним потенциальных клиентов. На начальном этапе используется реклама и PR, а действия по продвижению продукта на более поздних стадиях жизненного цикла всё более усиливаются для привлечения повторных клиентов. Именно система маркетинговых коммуникаций, включающая рекламу, выставки, ярмарки, презентации, осуществляет программу продвижения, так необходимого для любого предприятия.

Большинство экспонентов считают участие в выставке непременной составной частью своих средств маркетинга. Едва ли какой-либо другой из инструментов продвижения обладает способностью представить во всей полноте предприятие и его продукцию, одновременно предоставляя возможность личного контакта с клиентами. Выставки могут дать множество отпавных

точек для осуществления предпринимательской политики, ориентированной на сбыт.

Выставки – это своеобразное средство коммуникации, которое отличается и своими собственными возможностями. В отличие от газетной публикации, рекламного письма или каталога, которые, в конечном счете, дают лишь абстрактное представление о предмете, на выставке сам товар выдвигается на передний план, ведь станки и установки показываются в действии. С профессиональным техническим представлением непосредственно и неразрывно связывается лично полученная информация.

Другим преимуществом участия в выставке является поддержание контакта с постоянными клиентами: можно в короткой беседе на выставочном стенде освежить контакт и интенсифицировать взаимоотношения.

Преимущество выставочно-ярмарочных мероприятий перед другими методами продвижения и в том, что предприятие-экспонент обладает многочисленными возможностями, чтобы превратить для клиента посещение выставки или ярмарки в праздник, например, при помощи организации шоу-программ, викторин, лотерей.

Для грамотного продвижения товара участие в выставке надо рассматривать преимущественно в комбинации с другими инструментами маркетинга. Например, если центральным моментом является контакт с постоянной клиентурой, то перед выставкой ее нужно со всей интенсивностью убеждать в необходимости посещения стенда. Если же, наоборот, требуется главным образом новый покупатель, то перед выставкой должна быть развернута широкая рекламная кампания.

В Республике Беларусь выставочно-ярмарочная деятельность еще не превратилась в один из наиболее действенных механизмов развития внешнеэкономических, торговых, культурных связей с другими странами. Во всех экономических программах имеется положение о необходимости развития экспортного потенциала республики. Это действительно очень важно, и одной из форм такого развития, безусловно, является участие предприятия в зарубежных выставках и ярмарках. От развития выставочно-ярмарочной деятельности экономика страны получает

положительный эффект в виде инфраструктуры, формирующей единое экономическое информационное пространство и позволяющей демонстрировать новинки, продвигать товар, активизировать деловое сотрудничество.

Республика Беларусь и, в частности, столица нашего государства, город Минск, имеют очень выгодные условия для развития выставочно-ярмарочной деятельности. Поэтому, несомненно, необходимо искать любые выходы из сложившейся ситуации.

Особое внимание стоит уделить мерам организационного, финансового, информационно-аналитического и нормативно-правового характера, которые смогут внести определенный вклад в превращение Республики Беларусь в международный центр выставок и ярмарок и ее дальнейшую интеграцию в мировую экономику.

УДК 339.9

**НЕКОТОРЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ  
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ  
БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА**

Герачиев Могума Ахмед оглы, аспирант  
Азербайджанский государственный экономический университет,  
Республика Азербайджан, г. Баку

То, что в рамках Таможенного союза стали применяться единые таможенные тарифы и методы регулирования торговли товарами с другими государствами, были сняты практически все барьеры по перемещению товаров между странами-участниками союза послужили значительным стимулом к усилению интернационализации деловой активности хозяйственных субъектов всех форм собственности стран-участниц. Это не только положительно повлияло на социально-экономическое развитие Республики Беларусь, но и выступило дополнительным фактором, стимулирующим развитие экономической интеграции на