

УДК 339.174

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЯРМАРКИ И ВЫСТАВКИ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК**

Красногир М.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Данильченко Т.В.  
Белорусский национальный технический университет

Ярмарки и выставки представляют очень широкие возможности демонстрации рекламируемых изделий для установления прямых контактов с непосредственными покупателями и потребителями. Сейчас термины «выставка» и «ярмарка» приобрели настолько близкое смысловое значение, что часто употребляются вместе, а именно: выставка-ярмарка.

Под этим термином понимается стремление организаторов выставки-ярмарки показать, что демонстрируемая продукция предназначена, прежде всего, для рынка или для получения инвестиций для продвижения на рынок.

Основной целью проведения международных ярмарок считается заключение торговых сделок в международных масштабах.

Мировой опыт проведения международных выставок-ярмарок позволяет классифицировать их по следующим основаниям: географический состав экспонентов; отраслевой принцип; значимость проводимого мероприятия; территориальное расположение; время функционирования.

Международные выставки и ярмарки призваны привлекать внимание публики к товарам и услугам фирмы, функционирующей на внешних рынках сбыта. Благодаря установлению индивидуальных контактов они позволяют в короткие сроки охватить необходимой информацией о предлагаемом мировому рынку продукте широкую аудиторию покупателей и потенциальных потребителей.

Для потенциальных потребителей ценность международных выставок-ярмарок заключается в возможности непосредственного ознакомления и изучения выставленной продукции, а также установления прямых контактов с фирмами-экспонентами. Таким образом, выставки занимают особое место в сфере продвижения товаров на внешние рынки, их главное отличие уникальная интерактивность, мобильность и наглядность экспонируемых товаров, что обеспечивает ускорение их продвижения на внешний рынок.