

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Монография



Под редакцией
Г. А. Королёнка

СОДЕРЖАНИЕ

Сокращения	3
Введение.....	5
Глава 1. Теории поколений и инновации как детерминанта развития потребительского рынка	8
1.1. Этапы формирования поколенческих теорий.....	8
1.2. Гносеологический анализ понятийного аппарата поколенческих теорий.....	27
1.3. Методология концепции «теории поколений»	35
1.4. Характеристика поколений: Y, Z, Альфа.....	43
1.5. Инновации и инновационная деятельность в экономике	61
Глава 2. Электронные торговые площадки и их применение в практике продвижения белорусской продукции	73
2.1. Электронная торговая площадка как единая информационная среда.....	73
2.2. Использование электронных торговых площадок как инструментов электронной торговли в практике белорусских предприятий	87
Глава 3. Зарубежный опыт развития электронной розничной торговли	98
3.1. Мировые тренды развития электронной торговли.....	98
3.2. Электронная торговля на рынке отдельных стран	105
3.3. Развитие белорусско-китайских торговых отношений.....	110
3.4. Продвижение национальных брендов на рынке Китайской Народной Республики	121
Глава 4. Продвижения товаров белорусских производителей на внешние рынки	133
4.1. Механизм продвижения товаров белорусских производителей на внешние рынки.....	133



4.2. Механизм продвижения товаров белорусских производителей на рынок стран – членов ЕАЭС	154
4.3. Инструменты продвижения национальных брендов на рынок стран – членов ЕАЭС	159
Глава 5. Методическое обеспечение системы продвижения белорусских товаров на мировой рынок.....	187
5.1. Развитие системы государственных закупок в Республике Беларусь	187
5.2. Экономико-технологическое обеспечение для развития системы государственных закупок	197
5.3. Методика оценки готовности субъектов экономической деятельности к цифровой трансформации	219
Заключение.....	239
Список использованных источников	247
Глоссарий.....	269
Сведения об авторах	274