

жизненной характеристики рынка, как ликвидность, можно предполагать, что маржинальная торговля может оказывать стабилизирующее влияние на поведение рынка.

*С.В. Михолап, Н.В. Стародынов*  
*БГЭУ (Минск)*

## **МЕНЕДЖМЕНТ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Развитие рыночных отношений и выход промышленных предприятий на международные рынки требует дальнейшего совершенствования управления выставочно-ярмарочной деятельностью в Республике Беларусь. В настоящее время предприятия Министерства промышленности в значительной мере формируют бюджет республики от реализации товаров и услуг на международном рынке.

Участие промышленных предприятий в международных выставках является одним из элементов международного маркетинга, способствующим созданию благоприятного имиджа Республики Беларусь и продвижению товаров и услуг на международном рынке.

В соответствии с планом проведения наиболее важных международных выставок (ярмарок) Министерству торговли Республики Беларусь выделяются бюджетные средства для частичного финансирования национальных экспозиций Республики Беларусь за рубежом, национальных разделов на зарубежных международных выставках (ярмарках). За счет бюджетных средств оплачиваются, как правило, расходы по аренде выставочных площадей, транспортировка экспонатов, погрузочно-разгрузочные работы, таможенная обработка грузов, размещение информации об участниках в каталоге выставки. Кроме этого, за счет средств инновационного фонда Министерства промышленности предприятиям оплачивают расходы по аренде выставочного оборудования, коммунальные платежи, расходы коллективных организаторов белорусских экспозиций. Предприятия самостоятельно несут расходы по подготовке выставочных экспонатов к демонстрации и командированию своих представителей на выставку.

Участие промышленных предприятий в специализированных выставках осуществляется за счет собственных средств предприятий и инновационного фонда Министерства промышленности.

Организатором участия предприятий на коллективных стендах Республики Беларусь на международных промышленных выставках и ярмарках в большинстве случаев выступает предприятие, не входящее в систему Министерства промышленности. Так, например, в 2001 г. в крупнейшей универсальной промышленной Ганноверской ярмарке приняло

участие всего 4 предприятия Министерства промышленности, а в 2002 г. только 3 предприятия. Это, безусловно, ни в коей мере не отражает реально существующий потенциал промышленных предприятий и их возможности.

Для усиления роли Министерства промышленности, активизации работы предприятий по продвижению выпускаемой продукции на зарубежные рынки необходимо создать более благоприятные условия подведомственным предприятиям для участия в крупных специализированных международных выставках и организовать в едином комплексе подготовку специалистов, способных на высоком профессиональном уровне представлять свою продукцию, коллективную организацию и анализ эффективности участия и организации выставок.

Представляется целесообразным разработать совместно с заинтересованными организациями долгосрочную концепцию участия промышленных предприятий, а в перспективе и концепцию участия Республики Беларусь в международных выставочных мероприятиях. Необходимо кардинально менять подходы и принципы участия предприятий, организаций и фирм Республики Беларусь в международной выставочно-ярмарочной деятельности, поставив на первое место их интересы по выходу на зарубежные рынки со своими товарами и услугами, увеличение экспортного потенциала страны, а не интересы выставочных структур, занимающихся коллективной организацией стендов. При формировании плана участия в международных выставочных мероприятиях, частично финансируемых за счет бюджетных средств, необходимо учитывать в первую очередь предложения ведущих министерств и ведомств, имеющих в своем составе предприятия и организации, выпускающие конкурентоспособную на мировом рынке продукцию.

Концепция участия промышленных предприятий в международных выставочных мероприятиях должна определить задачи Министерства промышленности в области выставочно-ярмарочной деятельности и пути их реализации, предусматривая процедуру по отбору выставок для участия, организацию коллективных стендов подведомственных предприятий, оказание финансовой поддержки за счет бюджетных средств, инновационного фонда и привлечения других источников финансирования, обязательную аттестацию специалистов, выезжающих для работы на выставках, проведение анализа результатов участия в выставках и разработку предложений по совершенствованию выставочно-ярмарочной деятельности, систематизацию данных по участию в выставках, проведение обязательного исследования зарубежных рынков, проведение семинаров и организацию посещения выставок за рубежом.

Необходимо объединить усилия по организации коллективных стендов, с использованием различных источников финансирования, под

эгидой Министерства промышленности, что позволит:

- организовать систематическую и целенаправленную работу по продвижению товаров и услуг, производимых предприятиями и организациями, на зарубежные рынки;
- оказывать действенную поддержку научным учреждениям через промышленные предприятия, по внедрению своих разработок в производство и последующую реализацию произведенной продукции на мировых рынках;
- разработать четкие критерии отбора экспонентов и экспонатов для участия в международных выставочных мероприятиях;
- получить дополнительное финансирование из бюджета республики и инновационного фонда, предусмотренное на участие в международных выставках (ярмарках);
- оптимизировать и повысить эффективность использования финансовых средств, полученных из бюджета, инновационного фонда Министерства промышленности, а также предприятий и организаций, направленных на организацию участия в международных выставках;
- активизировать работу подведомственных предприятий и организаций по расширению внешнеэкономической деятельности;
- заинтересовывать, поощрять предприятия и организации, проводить конкурсный отбор для участия в международных выставках и ярмарках;
- увеличить валютные поступления от продажи товаров и услуг;
- расширить рынки сбыта производимой продукции;
- оперативно изучать изменения, происходящие на мировых рынках и проводить маркетинговые исследования;
- установить взаимовыгодные контакты между предприятиями и организациями Беларуси и зарубежных стран;
- привлечь дополнительные инвестиции в экономику Республики Беларусь;
- на основании полученной информации оперативно принимать управленческие решения, направленные на увеличение экспортного потенциала отрасли и страны в целом.

*Н. Озолина  
БРИ (Рига)*

## **ОТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ К ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИНЕРГЕТИКЕ**

Современная экономическая теория вступила в новую фазу своего развития. Это обусловлено несколькими факторами. Во-первых, усложнением и глобализацией мировой экономики. Во-вторых, вторжением в нау-