

*Михолап С.В., Стародынов Н.В.  
Институт «Кадры индустрии» (Минск)*

## КОНЦЕПЦИЯ УЧАСТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ГАННОВЕРСКИХ ВЫСТАВКАХ

Концепция участия предприятий и организаций Республики Беларусь в специализированных ганноверских выставках и ярмарках - CeBIT, Hannover Messe и др., проводимых на площадях выставочного общества Deutsche Messe AG (ФРГ), позволяет сократить посреднические звенья и бюджетное финансирование, повысить эффективность представления производимой продукции, активизировать деятельность по реализации товаров и услуг на зарубежных рынках, а также установить взаимовыгодные контакты между товаропроизводителями Республики Беларусь и ФРГ. Концепция предусматривает:

- организацию единой экспозиции Республики Беларусь, на которой представлены предприятия и фирмы различных форм собственности;
- создание единой экспозиции Республики Беларусь, которая является носителем определенной идеи, сформулированной оргкомитетом, и имеет коллективные стенды, разделенные по функциональному признаку в зависимости от количества предприятий-участников;
- создание оргкомитета белорусской экспозиции с включением представителей Министерства промышленности, Министерства торговли, Национальной Академии наук, Министерства образования, Комитета по науке и технологиям при Совете Министров, Фонда Информатизации Республики Беларусь;
- проведение отбора на конкурсной основе коллективного организатора экспозиции Республики Беларусь;
- проведение отбора предприятий-участников выставок и в перспективе на конкурсной основе;
- создание экспертной комиссии для отбора участников и экспонатов. В состав комиссии должны входить специалисты-практики, маркетологи, ученые по выбранным направлениям, технические организаторы экспозиции;
- проведение отбора экспертной комиссией экспонатов для демонстрации и утверждение их оргкомитетом;
- подготовку и аттестацию стендистов-маркетологов предприятий-участников для представления экспонатов;
- схему финансирования участия в выставках: оплата выставочных площадей, организационного и рекламного взносов устроителям выставки, размещения информации в каталоге участников, коммунальных платежей, аренда выставочного оборудования, транспортно-экспедиторские расходы по доставке экспонатов - за счет средств Республиканского бюджета; командировочные расходы представителей Министерства торговли, Национальной Академии наук, Министерства образования, Комитета по науке и технологиям при Совете Министров, Фонда Информатизации Республики Беларусь и

Министерства промышленности - за счет средств, выделяемых им из Республиканского бюджета на организацию международного сотрудничества и Инновационного фонда; командировочные расходы руководителей, стендистов-маркетологов и представителей предприятий-участников - за счет собственных средств предприятий-участников; расходы, связанные с подготовкой экспонатов и проведением рекламной кампании, - за счет собственных средств предприятий-участников выставки; расходы, связанные с подготовкой и проведением выставки, т.е. организационные расходы - за счет собственных средств предприятий-участников;

- все участники выставки должны быть разделены на три категории и иметь различные сроки командирования: организаторы белорусской экспозиции; стендисты-маркетологи от предприятий-участников выставки, представители министерств, руководители и представители предприятий-участников, а также средства массовой информации;

- организацию делового посещения выставки и фирм ФРГ с проведением выездной учебы для руководителей и представителей предприятий, не являющихся участниками выставки;

- предприятия-участники выставки должны направить до начала мероприятия соответствующие приглашения посетить стенды Республики Беларусь своим потенциальным партнерам;

- создание единого дизайна стендов Республики Беларусь с элементами государственной символики и единой рекламной формы представления экспонатов на уровне мировых стандартов;

- создание в системе органов государственного управления баз данных по предприятиям, экспонатам и результатам участия в выставках, проводимых за рубежом, для получения информации об эффективности участия в выставочных мероприятиях;

- организацию в средствах массовой информации Республики Беларусь рекламной кампании по освещению информации об участии предприятий и организаций республики в выставочных мероприятиях;

- коллективная экспозиция не исключает самостоятельного участия отдельных экспонентов Республики Беларусь, реализующих собственные цели.

При выходе белорусских товаропроизводителей на рынки Восточной и Западной Европы позиции белорусских экспортеров перманентно ухудшаются в силу не столько экономических, сколько политических причин, с точки зрения защиты экономических интересов стран импортеров нашей продукции. Экспортный потенциал республики в лице крупной государственной промышленности позволяет полностью заполнить те ниши в западной экономике, в которые нам еще позволяют входить. Белорусским предприятиям при осуществлении внешнеторговых отношений с данными регионами необходимо сконцентрировать свои усилия на выработке оптимальной маркетинговой стратегии для уже знакомых европейским потребителям товаров, исследований конъюнктуры западных рынков, презентации новых образцов белорусской экспортной продукции.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.<sup>o</sup>

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by