

А.В. СОКОЛОВСКИЙ

*НАЦИОНАЛЬНЫЕ БЕЛОРУССКИЕ
ЭКСПОЗИЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫХ ВЫСТАВКАХ*

В экспорте и пропаганде экспортных возможностей Республики Беларусь все более заметную роль занимает выставочное дело как одна из наиболее активных форм внешнеэкономической деятельности. По данным Министерства иностранных дел Республики Беларусь, ежегодно в выставках, проводимых в Беларуси, участвует около 3000 отечественных предприятий различных форм собственности, за рубежом — около 500. Об эффективности работы белорусских экспозиций на выставках, проводимых за рубежом, свидетельствуют следующие данные. Окупаемость средств, затраченных из государственного бюджета на организацию экспозиций, по отношению к сумме заключенных контрактов на выставках составляет в среднем от 40 до 180 раз.

Находясь в центре пересечения европейских транспортных путей сообщения между Востоком и Западом, Беларусь не могла остаться в стороне от выставочной деятельности как одного из важнейших инструментов рыночных отношений, без которого невозможно успешное развитие торговли и предпринимательства, совершенствование производственных технологий, расширение межгосударственных связей. Выгодное географическое положение способствует активному участию белорусских предприятий в выставочных мероприятиях дальнего и ближнего зарубежья, а также иностранных экспонентов в выставках, проводимых в Минске. Особенно интенсивное развитие выставочное дело в Беларуси получило с 1991 г. в связи с перестройкой существовавшей ранее практики организации национальных разделов в составе советских экспозиций и необходимостью Республики Беларусь как суверенного государства выходить на международные рынки. Это, в свою очередь, стимулировало образование новых выставочных фирм, которые начали активно осваивать данную сферу хозяйственной деятельности. Трудно переоценить значимость для экономики республики участия белорусских предприятий в выставках и ярмарках в последние годы, в частности в Ганновере (1994 — 2002), Лондоне (2002), Пекине (1997), Измире (1999 и 2000), Дели (1998 — 2002), Каире (1999 — 2001), Тегеране (1999, 2000), Триполи (2002), всемирных выставках в Лиссабоне (1998) и Ганновере (2000).

Участие Беларуси во многих престижных мировых выставках становится регулярным. Демонстрация экспортных возможностей белорусских предприятий способствует повышению делового имиджа республики, освоению новых рынков сбыта. В последние годы заметно активизировалась выставочная деятельность белорусских предприятий в регионах России, с которой нас объединяет Договор о Союзе и которая является нашим основным торговым партнером. Белорусская продукция пользуется высоким спросом на рынках России. Она устраивает покупателя как по качеству, так и по цене. Лучшее подтверждение сказанному — итоги проведенных выставок в Москве, Санкт-Петербурге, Мурманске, Калининграде, Краснодаре, Липецке, Волгограде, Ярославле. Российская сторона также активизировала свое участие в выставочных мероприятиях, проводимых в Беларуси. Пример тому — состоявшиеся в Минске выставки товаров из Мурманска, Волгограда, работа в Беларуси представительных делегаций деловых кругов Татарстана, Южного Урала, Пензенской области. Необходимо отметить полезность издаваемой в республике информационной литературы в содействии расширению объемов и номенклатуры экспорта. Зарубежье весьма мало знает об экономичес-

Александр Владимирович СОКОЛОВСКИЙ, ведущий специалист отдела зарубежных выставок БелТПП, аспирант кафедры экономики и управления торговли БГЭУ.

ком потенциале республики, уровне и достоинствах выпускаемой продукции. Как правило, белорусское участие в выставочных мероприятиях дальнего и ближнего зарубежья сопровождается изданием каталогов демонстрируемой продукции и ее производителей, буклетов и проспектов, специальных выпусков рекламной литературы об экспортном, промышленном и экономическом потенциале Республики Беларусь, культурном достоянии республики.

К примеру, в 2000 г. Белорусская торгово-промышленная палата (БелТПП) совместно с Министерством иностранных дел издали бизнес-каталог “Республика Беларусь”, в котором сосредоточена информация о промышленном потенциале страны, законодательстве, регулирующем внешнеэкономическую деятельность, экспортные предложения белорусских предприятий. Это издание тиражом 10 тыс. экземпляров полностью разошлось за рубежом в короткий срок. Участвуя в выставочных мероприятиях, белорусские экспоненты не только распространяют рекламно-информационную литературу о себе и белорусской экономике. Здесь прослеживается обратная связь: получение обширной иностранной коммерческой информации об отдельных фирмах — участниках выставок, и об экономике и законодательстве зарубежных государств. Это становится хорошим подспорьем для грамотного ведения внешнеэкономической работы белорусскими субъектами хозяйствования.

Выставки за рубежом — весьма эффективное, но дорогостоящее рекламное мероприятие. В нынешней экономической ситуации не все предприятия могут участвовать в них. Поэтому Правительство Республики Беларусь оказывает белорусским экспонентам существенную помощь.

Участие в выставках охватывает довольно широкий спектр вопросов: заключение договорных отношений с организаторами выставок, подготовку кадров, информационный обмен, подготовку материальной базы для организации стендов, изготовление стендовой литературы предприятиями-участниками, организацию деловых посещений специалистов и торговых миссий. Своевременная и правильная проработка всего комплекса организационных вопросов позволяет предопределить успех участия белорусских предприятий в выставках и ярмарках, продемонстрировать их экономические возможности. Хорошо оформленные разделы Республики Беларусь вызывают большой интерес многочисленных посетителей-бизнесменов, неизменно получают высокую оценку правительственных делегаций, посольств, международных и внешнеторговых организаций.

Во время выставок проводится большая информационно-пропагандистская, рекламная, а также коммерческая работа, заключаются контракты на продажу экспонируемых изделий и их поставку крупными партиями, обсуждаются инвестиционные проекты, подписываются протоколы намерений.

Выставочная деятельность в республике способствует тому, что о Беларуси как молодом суверенном государстве с развитым экономическим потенциалом узнают во многих уголках планеты, а продукция ее предприятий находит потенциальных покупателей.

Основная задача белорусских зарубежных экспозиций — содействие развитию внешних торгово-экономических, научно-технических, культурных связей Беларуси; показ достижений экономики, науки и техники, повышения благосостояния и культуры белорусов.

Только по линии Белорусской торгово-промышленной палаты за время приобретения республикой своей независимости белорусские выставки проведены более чем в 30 странах мира. Ежегодно организуется свыше 10 белорусских экспозиций за рубежом с посещаемостью более 10 млн чел.

Для проведения каждой белорусской экспозиции за границей БелТПП комплектует дирекцию для обеспечения единства хозяйственного руководства.

Согласно уставу, БелТПП организует белорусские торгово-промышленные выставки за границей и проводит необходимые мероприятия для подготовки участия республики во всемирных выставках. Следовательно, БелТПП отвечает за организацию всего комплекса предусмотренных и запланированных мероприятий,

связанных с проведением выставок, вне зависимости от того, представители какого ведомства будут непосредственно выполнять ту или иную работу.

Это важнейшее положение создает принципиальную основу для решения всех возникающих вопросов во взаимоотношениях с другими организациями и практического участия БелТПП в мероприятиях по подготовке и проведению выставок.

Успех наших выставок, их информационная и экономическая эффективность во многом зависят от профессиональной компетентности сотрудников дирекции и, в первую очередь, директора.

В состав дирекции белорусской выставки подбирают высококвалифицированных специалистов, которые в состоянии решать весь комплекс организационных вопросов, осуществлять пропагандистские и коммерческие мероприятия, проводить художественно-оформительские и транспортно-экспедиторские работы, обеспечивать отличное обслуживание посетителей, соблюдать финансовую и административную дисциплину на основе правильной организации труда персонала экспозиции.

Директор выставки и члены дирекции несут ответственность за всестороннюю подготовку специалистов БелТПП для работы на выставке, за осуществление всех разработанных мероприятий, а также выполнение рекомендаций белорусского посольства в стране проведения выставки, обеспечивают своевременное проведение пресс-конференций и открытие выставки, работают с правительственными и другими официальными делегациями, дают интервью для прессы, радио и телевидения, оказывают всестороннее содействие коммерческой работе, проводят национальные дни Беларуси и другие тематические мероприятия, заключают контракты с иностранными фирмами на необходимые работы, контролируют сохранность имущества, противопожарные мероприятия и исполнение сметы расходов.

Директор обязан обеспечить четкое понимание каждым сотрудником выставки своих обязанностей и систематически работать над повышением профессиональной подготовки подчиненных.

Численный состав персонала зарубежной выставки, командированный из Беларуси, определяется размером экспозиционной площади, характером выставки, количеством, сложностью экспонатов и экономической целесообразностью.

В дирекцию входят следующие специалисты: директор, его заместитель, главный художник, специалист по транспорту и старший бухгалтер.

Зарубежным выставкам предшествует большая подготовительная работа в Минске (разработка планов, проектов, подготовка персонала и др.) и за рубежом (изучение условий, выбор фирм, подписание контрактов и др.). От качества ее выполнения зависит эффективность результатов проведения выставки в целом.

Каждому члену дирекции выставки по своему участку работы необходимо принимать активное творческое участие в разработке основополагающих выставочных документов.

Выполнение планов подготовки и организации Национальных белорусских экспозиций за рубежом — дело большой государственной важности, в котором вместе с торгово-промышленной палатой участвуют министерства, концерны, ведомства и многие предприятия республики.

В соответствии с планом проведения выставок и правом организации специализированных выставок Министерство торговли Республики Беларусь уполномочено определять участников выставок — министерства, ведомства и организации, а также характер и объем возлагаемых на них работ.

Период проведения выставки за рубежом охватывает три этапа: монтаж, саму выставку и демонтаж. Отвечает за них дирекция и, в первую очередь, директор. По приезде в страну он обязан представить план подготовки, проведения и обслуживания выставки послу Беларуси и согласовать основные вопросы ее работы.

Перед началом монтажа необходимо директору с главным художником принять выставочную площадь в соответствии с контрактом (или заявкой) от администрации ярмарки. При этом следует зафиксировать состояние павильона, учитывая, что он должен быть возвращен в хорошем состоянии после закрытия выставки. Работа начинается с организации встречи и размещения в гостинице сотрудников выставки.

Специалист по транспорту обязан организовать учет прибытия (отправления) выставочных грузов, а также поступления счетов за транспортно-экспедиторские услуги в стране проведения выставки и их оплату; обеспечить в соответствии с условиями договора приемку выставочных грузов.

Зам. директора выставки по монтажу проводит инвентаризацию прибывшего художественного оформления, материалов и оборудования выставки и готовит соответствующие документы, участвует в переговорах с подрядными фирмами по всему комплексу работ, ведет их учет; осуществляет оперативный контроль за исполнением статей сметы расходов в части финансирования монтажно-демонтажных работ и расходов, связанных с содержанием павильонов; ведет учет и наблюдение за работами, выполняемыми фирмами-контрагентами, и фиксирует все отклонения от договоров; рассматривает и представляет директору на утверждение заявку на материалы для приобретения на месте; руководит работой комиссии по приемке от фирм законченных работ по монтажу павильона, художественного оформления, оборудования и экспонатов выставки.

В период монтажа главный художник является основным ответственным лицом за осуществление проекта выставки. Осмотр поступившего на выставку художественного оформления, оборудования, проверка количества (в соответствии с упаковочным листом), качества и комплектности материалов производятся дирекцией выставки на месте после вскрытия тары, контейнера, ящика.

Рекламационные акты, подтверждающие обоснованность претензий комбинату, составляются только в том случае, если художественное оформление и оборудование, поступившее на выставку, прибыло в неповрежденной таре. На груз, прибывший в поврежденной таре или без пломбы, рекламационный акт составляется для предъявления иска транспортному агентству.

Специалисты-стендисты в этот период производят приемку полученных к демонстрации экспонатов, их монтаж и готовятся к работе с посетителями.

Усилия дирекции выставки должны быть направлены на то, чтобы предусмотреть хорошую организацию рабочих мест и служебных помещений (для приемов, ведения переговоров с коммерсантами, журналистами и др.), рассматривая их как единое целое выставочного комплекса.

Перед завершением монтажных работ необходимо опробовать работу всех экспонатов и других технических средств, противопожарной и сторожевой охраны.

Главный художник должен организовать фотосъемку выставки.

Регламент работы выставки определяется общими условиями выставочного комитета.

Пресс-конференцию целесообразно проводить на территории выставки за 2—3 дня до ее открытия. При этом должна быть предоставлена полная возможность корреспондентам газет и журналов, радио и телевидения осмотреть экспозицию, получить информационные материалы, сфотографировать экспонаты и провести репортажи с выставки.

Для участников пресс-конференции в заключение обычно организуется прием (угощение).

Коммерческие итоги выставок в значительной степени зависят от рекламы и умения дирекции организовать выразительный показ экспонатов в реальных условиях, чтобы убедить покупателя в хороших показателях предлагаемых изделий.

Во время работы выставки дирекция начинает проводить подготовительные мероприятия завершающего периода.

Специалист по транспорту обязан заблаговременно, до закрытия выставки, выслать в адрес Управления выставок заявку на требующийся для возврата выставочных грузов тоннаж и организовать доставку этих грузов в порт погрузки или на железнодорожную станцию.

Сотрудники выставки подготавливают документацию по проданным экспонатам (начальники отделов и специалист по транспорту) и подлежащим отправке в

другие места, готовят отчеты о проделанной работе и материалы по изучению иностранного опыта.

После окончания работы выставки дирекция организует демонтаж, упаковку и отгрузку выставочного имущества. На каждый ящик стендист составляет упаковочный лист. Подготовленные к отгрузке партии (по заказам-нарядам) передаются по транспортным поручениям специалисту по транспорту.

Перед демонтажем дирекция выставки в обязательном порядке проводит инвентаризацию всех элементов художественного оформления и материалов.

Дирекция выставки (специалист по транспорту) проверяет все грузовые места, их маркировку, наличие контрольных лент и пломб, упаковочных листов и другой необходимой грузосопроводительной документации перед сдачей грузов фирме на отправку их в Беларусь.

Отправка грузов с выставки осуществляется иностранной экспедиторской фирмой в соответствии со списком экспонатов и других материальных ценностей.

Дирекция выставки (специалист по транспорту) тщательно инструктирует экспедиторскую фирму о порядке сдачи выставочных грузов на самолет, морское судно или автотранспорт, оформлении транспортно-сопроводительной документации.

По окончании выставки директор и старший бухгалтер выставки обязаны принять меры к окончанию расчетов со всеми иносфирмами, таможенными органами и частными лицами, которые привлекались к работе на выставке. От иносфирмы должны быть получены письменные подтверждения на языке, принятом в стране проведения выставки, окончания расчетов и отсутствия претензий к выставке.

Директор информирует посольство о закрытии выставки.

Таким образом, Республика Беларусь принимает активное участие в международных ярмарках и выставках. Белорусские экспозиции позволяют за рубежом составить правильное представление о государственном и общественном строе нашей страны, знакомят с ее достижениями, экспортными возможностями, способствуют установлению контактов между деловыми кругами и служат местом заключения во взаимных интересах сделок купли-продажи товаров.