

разделений вуза, за оптимальную последовательность их "включения" в решение общих многовекторных задач.

Основное назначение мотивации состоит в том, чтобы обеспечить тесную взаимосвязь результатов деятельности профессорско-преподавательского персонала и уровня его материального и морального стимулирования.

Контроль должен нести самую ответственную нагрузку в системе, обеспечивая удовлетворение предъявляемых к ней требований. При этом, естественно, масштабы контроля не должны выходить за пределы, определяемые экономическими и психологическими соображениями.

Таким образом, формирование в вузах системы управления качеством подготовки специалистов, ориентированной на общемировые тенденции, создаст предпосылки их эффективной интеграции в международное образовательное пространство.

А.В. Соколовский, зам. генерального директора
УП "Белинтерэкспо" Белорусской
торгово-промышленной палаты (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современный период выставки и ярмарки вносят весомый вклад в укрепление экономики Республики Беларусь. Среди мероприятий, проводимых белорусскими объединениями, предприятиями в целях рекламы своих товаров и услуг и их продвижения на экспорт, укрепления имиджа страны и собственного престижа за рубежом, они занимают особое место, так как предоставляют уникальные возможности для прямых контактов продавцов и покупателей, позволяют за короткий срок составить впечатление о состоянии рынка, выявить его реакцию на предлагаемый товар, сравнить выставленную продукцию с товарами конкурентов и, следовательно, являются мощным фактором внешне-экономической деятельности.

Экономические интересы страны требуют активизации взаимодействия всех ее структур с государствами других регионов. В этой связи Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко подчеркнул: "Беларусь должна присутствовать во всех регионах мира, где это экономически выгодно и сообразно ее экономическим интересам"¹.

¹ Лукашенко А.Г. Обращение к белорусскому народу и Парламенту 16 апреля 2003 г. // Сов. Белоруссия. 2003. 17 апр.

Профессор И.В. Новикова пишет, что необходимо учитывать мировые политические тенденции и факторы, их определяющие: "Экономика рыночного типа как инструмент развития в XXI веке может быть лишь открытой... Ибо только "открытая экономика" позволяет пользоваться плодами человеческой цивилизации"¹.

Не случайно в ежегодно утверждаемых Президентом и Правительством документах по обеспечению выполнения важнейших параметров и прогноза социально-экономического развития Республики Беларусь предусматриваются меры по осуществлению внешнеэкономической деятельности. А важнейшим фактором этой деятельности являются выставки и ярмарки.

В течение года около 500 предприятий, организаций и научных учреждений Беларуси демонстрируют свою продукцию за рубежом. При этом на выставках предприятия формируют более 80 % первоначально-го портфеля заказов.

За последние 8 лет было организовано участие белорусских предприятий в 132 выставках за рубежом. Из них — почти 100 организовано Белорусской торгово-промышленной палатой. Общая сумма контрактов, подписанных отечественными предприятиями и организациями непосредственно на выставках, составила более 100 млн дол. США.

Проведение выставочно-ярмарочных мероприятий за рубежом частично финансируется из средств республиканского бюджета. Об эффективности работы белорусских экспозиций на зарубежных выставках свидетельствует тот факт, что 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.

Разнообразны формы участия белорусских предприятий в выставочно-ярмарочной деятельности. Так, Белорусская торгово-промышленная палата (БелТПП) организует национальные выставки Республики Беларусь за рубежом, национальные белорусские экспозиции на крупнейших международных выставках и ярмарках, деловые посещения представителями хозяйствующих субъектов зарубежных выставок, бизнес-встречи белорусских и зарубежных деловых кругов, семинары, контактно-кооперационные биржи и т.п.

Как известно, политико-экономические интересы Беларуси связаны, прежде всего, с Российской Федерацией. Только БелТПП подписано более 180 соглашений с региональными палатами России, в последние годы организованы визиты деловых кругов Беларуси в 22 российских региона, в том числе в Республику Башкортостан, Краснодарский, Ставропольский и Хабаровский края, Тюменскую область, города Новосибирск, Ростов-на-Дону и др.

¹ *Новикова И.В.* Возможности экономического развития Беларуси на рубеже веков // Предпринимательство в Белоруссии. 1999. № 6. С. 16.

Наша республика активно развивает сотрудничество в выставочной сфере с Украиной, другими странами СНГ, Польшей, Литвой, Латвией, Германией, Турцией и другими государствами. Намечились также позитивные сдвиги во взаимодействии Республики Беларусь в выставочной области с Китаем, Индией, другими государствами Азии, Африки и Латинской Америки. Впервые проведены национальные экспозиции республики в Панаме и ЮАР. На очереди — Ливан, Вьетнам, Корея и другие страны.

В целом мировая практика свидетельствует о том, что выставочно-ярмарочная деятельность благодаря наличию развитой материально-технической базы, необходимой инфраструктуры и квалифицированных кадров способна формировать значительные финансовые потоки и обеспечивать поступление средств в бюджеты всех уровней.

Вместе с тем на пути осуществления полноценного выставочного бизнеса в Республике Беларусь имеется ряд препятствий, связанных, в частности, с необходимостью совершенствования нормативной правовой и материально-технической базы, подготовки квалифицированного персонала.

Обозначим только один аспект из названных проблем. Носителем функций и важнейшим компонентом системы управления внешнеэкономической деятельностью являются кадры. В БелТПП, например, сформирован кадровый резерв, разработан перспективный план повышения квалификации персонала, в том числе в зарубежных центрах. Много ценной и полезной информации получают руководители и специалисты БелТПП по законодательству, бухгалтерскому учету, экспертизе и внешнеэкономической деятельности на семинарах, проводимых министерствами экономики, финансов и юстиции.

В то же время специалистам, занимающимся вопросами маркетинга и сбыта, не хватает знаний и умений в организационно-экономической сфере внешнеэкономической деятельности. В связи с этим представляется актуальным, на наш взгляд, проведение специального семинара по проблеме "Эффективный выставочный бизнес" со следующей примерной тематикой:

- Системный подход к организации выставочной деятельности.
- Формирование выставочной политики предприятия и концепции участия в выставке.
- Основы выставочного маркетинга. Классификация выставок.
- Составление бюджета выставки, способы снижения расходов.
- Рекламная кампания на выставке.
- Теория и практика выставочного дизайна. Проектирование и создание стенда.
- Технология работы на выставке. Работа команды стендистов.
- Организация переговорного процесса в период работы выставки.
- Оценка эффективности участия в выставке.

В семинаре могли бы принять участие сотрудники органов государственного управления, курирующие вопросы выставочно-ярмарочной деятельности, представители хозяйствующих субъектов, рекламных и информационных организаций, общественных объединений.

Данное мероприятие могло бы быть организовано соответствующими кафедрами Белорусского государственного экономического университета совместно с БелТПП, министерствами иностранных дел, торговли, экономики, финансов и др.

В целях повышения качества и эффективности проведения выставок и ярмарок целесообразно организовать подготовку специалистов этого вида деятельности на долгосрочной основе. Предпочтительным учебным заведением для этого мог бы стать Белорусский государственный экономический университет. Сфера занятости таких специалистов — центральный аппарат и местные отделения Белорусской торгово-промышленной палаты, другие организации, занимающиеся выставочно-ярмарочной деятельностью, министерства и крупные промышленные объединения и предприятия. Учебный план подготовки должен включать такие темы, как: "История выставочной деятельности, организационно-правовые формы хозяйствования", "Менеджмент", "Маркетинг", "Информационные технологии", "Культура устной и письменной речи", "Реклама выставок и ярмарок".

Для повышения эффективности выставочного бизнеса в Республике Беларусь требуется дальнейшее совершенствование организационно-методической поддержки этой деятельности, изучение и использование опыта других стран. Например, в Санкт-Петербурге действует единственное в России высшее учебное заведение (Международный банковский институт), которое наряду с другими задачами занимается подготовкой профессиональных кадров в сфере выставочной и конгрессной деятельности. С учетом накопленного этим вузом опыта и возрастающей роли выставочно-ярмарочной деятельности для развития экономики Беларуси целесообразно обеспечить долгосрочное сотрудничество с Российской Федерацией и другими государствами по вопросам обмена маркетинговой и иной информацией по организации выставочно-ярмарочной деятельности, взаимодействия при реализации выставочных проектов, в том числе в сфере образования и подготовки специалистов для выставочного бизнеса, издания и распространения методических материалов, аттестации специалистов выставочного бизнеса, разработки и изготовления мобильных выставочных стендов.