

повлиять на условия работы интернет-бизнеса. Ожидаются изменения в законодательстве, которые простимулируют развитие курьерских служб и платежных агрегаторов, Министерство антимонопольного регулирования и торговли работает над этим.

Электронная коммерция создает рабочие места, поощряет новые бизнес-модели, стимулирует спрос, способствует увеличению малого и среднего бизнеса и быстрому выводу товара на рынок, улучшает цепочки поставок. Большинство крупных организаций белорусского рынка уже вышли в интернет [2]. Популярностью покупок в интернете обусловлена доступностью за счет роста использования смартфонов, планшетов и персональных компьютеров, экономией времени, выбором большого числа товаров как внутри страны, так и за ее пределами.

Литература

1. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции : учеб. / А. В. Юрасов. — М. : Горячая линия ; Телеком, 2008. — 480 с.
2. Пронина, О. Бизнес в Интернете. Как развивается электронная коммерция в Беларуси / О. Пронина // Аргументы и Факты. — 2015. — 25 авг. — С. 22.

<http://edoc.bseu.by>

А.А. Кабанчук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.Л. Флерко — канд. экон. наук, доцент

ВЫСТАВОЧНЫЕ И ЯРМАРОЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ежегодно в Республике Беларусь проводятся десятки выставочных мероприятий по самым разным тематикам: здравоохранение, туризм, ремонт и строительство, легкая промышленность, образование, сельское и лесное хозяйство. В основном выставки и ярмарки проводятся в Минске, в других же городах они носят эпизодический и узкотерриториальный характер. Это связано с торгово-экономическими отношениями областей Беларуси и приграничных регионов России и других государств. Исходя из данных Календаря иностранных, международных и республиканских выставок и выставок-ярмарок, организуемых в Республике Беларусь, крупнейшими организаторами выставочных мероприятий являются «Экспофорум», «МинскЭкспо» и «БелЭкспо». Павильон на ул. Я. Купалы, 27 является основным местом для проведения мероприятий в Минске, а павильон на пр. Победителей, 14 в данный момент не функционирует, так как требует дорогостоящих ремонтных работ. Также для проведения выставочных мероприятий используется Футбольный манеж и Дворец спорта.

Выставочная деятельность в большинстве стран мира признается одним из приоритетных направлений внешней политики. Ежегодно

Министерством антимонопольного регулирования и торговли, отраслевыми министерствами и концернами, Белорусской торгово-промышленной палатой осуществляется подготовка в среднем около десятка национальных выставочных мероприятий Республики Беларусь в странах ближнего и дальнего зарубежья. Основной целью таких мероприятий является демонстрация достижений Беларуси в промышленности и сельском хозяйстве, науке и образовании, спорте, туризме и культуре, установление деловых контактов между белорусскими и иностранными субъектами хозяйствования, расширение географии экспортных поставок [3].

В связи с недооценкой социально-экономической значимости данного сектора экономики и отсутствием политики развития выставочной деятельности в масштабе государства существует ряд сдерживающих факторов, к которым можно отнести следующие:

- несовершенство законодательства в выставочно-ярмарочной сфере и отсутствие концепции и конкретных государственных механизмов по поддержке и регулированию данной деятельности;
- нечеткость во взаимодействии отраслевых министерств с представителями выставочной сферы;
- отсутствие практической методики оценки эффективности выставок и их вклада в решение стоящих перед Республикой Беларусь задач;
- проблема в организации из-за дублирования выставок по срокам и тематике;
- отсутствие необходимых выставочных площадей;
- недостаточность информации об организуемых выставках.

Белорусская выставочная индустрия характеризуется недостаточной прозрачностью и скоординированностью. В целом для решения данных проблем необходимо применение координационных и нормативно-правовых рычагов со стороны государства, а также организация обучения специалистов для работы в выставочной сфере.

Литература

1. Соколовский, А. В. Выставочно-ярмарочная деятельность Беларуси: перспективы развития / А. В. Соколовский // Весн. Бел. дзярж. экан. ун-та. — 2006. — № 6. — С. 64–70.
2. Говзич, В. Г. Мониторинг законодательства Республики Беларусь в сфере выставочно-ярмарочной деятельности / В. Г. Говзич // Весн. Бел. дзярж. экан. ун-та. — 2012. — № 3. — С. 95–101.
3. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.min-torg.gov.by>. — Дата доступа: 27.02.2017.