***С. А. Шингирей*** (sviatl@rambler.ru),
*ст. преподаватель*

***И. В. Помаз*** (irina.pomaz@rambler.ru),
*канд. экон. наук, доцент*

***О. С. Иваненко*** (oksana.ivanenko@tut.by),
*магистрант*

***Н. Л. Дубовик***,
*магистрант*

*Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации*
*г. Гомель, Республика Беларусь*

# ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Выставочно-ярмарочные мероприятия занимают особое место в арсенале средств и приемов маркетинговых коммуникаций. В данной статье рассмотрено состояние выставочной индустрии Республики Беларусь, выявлены сдерживающие факторы развития данного рынка, направления совершенствования механизма государственного регулирования выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь.

Exhibitions and fairs have a special place in the arsenal of means and methods of marketing communications. This article discusses the state of the exhibition industry of the Republic of Belarus, found the constraints of the market development trends, to improve the mechanism of state regulation of exhibition and fair activity in the Republic of Belarus.

Проведение выставок и ярмарок является социально-экономической категорией, интерес к исследованию которой постепенно растет. Широкая заинтересованность данной проблемой определяется процессами глобализации и международной интеграции, которые отражаются на развитии экономики Республики Беларусь.

Современная теория выставочно-ярмарочной деятельности, базирующаяся на трудах зарубежных и российских специалистов, оказалась не вполне адаптированной к белорусским реалиям. Параллельное существование различных моделей экономического и социального развития, избранных Беларусью и Россией, а также различия в законодательстве двух стран, регулирующем выставочную сферу, привели к тому, что практика управления и организации системы в этой области стала заметно отличаться от российской.

В Республике Беларусь выставочно-ярмарочная деятельность начала складываться в 90-х гг. прошлого столетия. До этого плановая экономика не нуждалась в создании данного направления деятельности. В стране отсутствовала единая система государственной поддержки выставочной деятельности. С переходом на рыночные методы управления экономикой выставочно-ярмарочная деятельность в Беларуси за короткое время превратилась в самостоятельную достаточно рентабельную услугу [1].

На современном этапе экономических преобразований выставочно-ярмарочная деятельность превратилась в заметный сегмент рынка. В стране создана выставочная индустрия, тесно связанная с рядом отраслей промышленности, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, специализированные кадры.

Выставочно-ярмарочная деятельность является инструментом макроэкономической и инвестиционной политики. Сегодня выставки и ярмарки обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Выставки являются связующим звеном между внутренним и международными рынками, а также способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации инвестиционных проектов белорусских организаций [2].

Несмотря на успешную организацию выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь, существует ряд сдерживающих факторов ее развития.

Специфический имидж нашей страны в глазах мировой общественности, особенности национальной экономики, отсутствие соответствующих современным требованиям рынка выставочных площадей, а также четкой стратегии развития отрасли на многие годы вперед или хотя бы координации действий между ее участниками – факторы, мешающие развиваться данной сфере бизнеса.

Несмотря на функционирование Совета по выставочной и ярмарочной деятельности, проблемы по координации данной деятельности в Республике Беларусь существуют. Долгие годы деятельность Совета курировало только Министерство торговли Республики Беларусь, но оно осуществляло лишь тактическое планирование на год вперед. В бизнесе есть потребность планировать тематику и планы экспозиций на 3–4 года вперед. Поэтому инициативу по курированию выставочной деятельности взяла на себя Республиканская конфедерация предпринимательства. На ее базе в настоящее время формируется Координационно-консультационный совет по международным выставкам, ярмаркам, экономическим форумам и презентациям, который возьмет на себя обязательство совместно с заинтересованными выставочными компаниями и государственными структурами создать предпосылки для превращения Минска в один из крупнейших выставочных центров в Восточной Европе, так как по объему выставочных площадей г. Минск пока все еще отстает от европейских столиц.

В этот центр будет поступать информация о планах белорусских выставочных компаний и мероприятиях, проводимых за рубежом, в соответствии с полученными данными будет планироваться деятельность многих компаний Беларуси, не только связанных с выставочной отраслью. В этом центре формирования бизнеса организации и предприниматели смогут получить консультацию, где и когда им лучше будет показать свой товар, какое мероприятие посетить, чтобы наладить деловые контакты. Наличие подобного центра может значительно упростить белорусским организациям выход на мировые рынки. Данный центр также позволит избежать ненужного дублирования схожих по тематике мероприятий [3].

К основным проблемам выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь можно отнести следующие:

- несовершенство законодательства в выставочно-ярмарочной сфере;
- отсутствие концепции и конкретных государственных механизмов по поддержке и регулированию выставочно-ярмарочной деятельности;
- нечеткость во взаимодействии отраслевых министерств с выставочными структурами;
- отсутствие практической методики оценки эффективности выставок, их вклада в решение стоящих перед Республикой Беларусь задач;
- отсутствие условий для проведения крупных выставочных проектов;
- неразвитость выставочной инфраструктуры (информационного обеспечения, службы сервиса, таможенного оформления и т. д.).

В Республике Беларусь появилась необходимость в принятии следующих мер:

- дальнейшем развитии законодательной нормативной правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности;
- разработке и принятии нормативных правовых актов, которые бы учитывали особенности выставочных мероприятий;
- принципиальном решении вопроса о возможности производства таможенного оформления выставочных грузов в приоритетном и упрощенном порядке в контексте поддержки отечественных экспортеров, повышения конкурентоспособности белорусской экономики, поскольку выставки имеют конкретные сроки проведения монтажа и демонтажа экспозиций;
- разработке и принятии закона о транспортно-экспедиционной деятельности;
- разработке и принятии концепции приграничного сотрудничества, включая проведение выставочно-ярмарочных мероприятий с сопредельными государствами в приграничных районах;
- разработке специальных таможенных правил, которые регламентировали бы систему упрощенного ввоза и вывоза грузов для выставочно-ярмарочных мероприятий [4].

Завершающим этапом законотворческой деятельности в данной области должна стать разработка законодательного акта всеобъемлющего характера, в котором были бы широко прописаны права и обязанности организаторов и участников выставочно-ярмарочной деятельности [5].

Основные направления совершенствования механизма государственного регулирования выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь представлены в таблице.

**Основные направления совершенствования механизма государственного регулирования выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь**

| Существующие проблемы | Основы возможного механизма решения |
|---|---|
| Проблема хаотичности организации из-за дублирования выставок по срокам и тематике | Создание перечня стратегически важных тематик. Разработка программы слияния выставочных проектов по стратегически важным тематикам |
| Недостаточность информации о выставках, проводимых как в регионе, других городах, так и за рубежом | Создание интернет-сайта при комиссии по развитию выставочно-ярмарочной деятельности. Создание каталога выставок на английском языке и системы информирования потенциальных деловых партнеров за рубежом. Создание механизма обмена информацией о зарубежных выставках, наиболее перспективных для экспортеров |
| Проблема нехватки в регионе специалистов выставочного дела и отсутствие учебной и методической литературы | Разработка программы подготовки кадров в учреждениях высшего образования для работы в выставочных организациях. Разработка программы «делового туризма», включающей участие в зарубежных семинарах и посещение ведущих зарубежных выставок |
| Достойное представительство регионального производства на зарубежных выставках | Предоставление финансовой, организационной, информационной поддержки и льгот экспонентам. Разработка своеобразного «кодекса правил и ограничений» для участия отечественных производителей на зарубежных выставках |

Таким образом, государство играет важнейшую роль в продвижении выставочной индустрии. Различные государственные комитеты предоставляют поддержку и выполняют связующую функцию, нацеленную на улучшение качества выставочной индустрии Республики Беларусь.

Исследования показывают, что выставочная индустрия выполняет ряд экономических и социальных функций, способствуя совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятий пищевой промышленности. Белорусский выставочный рынок характеризуется недостаточной прозрачностью и скоординированностью. Для решения данных проблем необходимо применение координационных и нормативно-правовых рычагов со стороны государства, а также организация обучения специалистов для работы в выставочном бизнесе.

## Список использованной литературы


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. **Михолап, С.** Место выставок в системе маркетинга экспортной продукции: современная концепция выставочной и ярмарочной деятельности / С. Михолап // Маркетинг. Идеи и технологии. – 2011. – № 2. – С. 71–74.

3. **Галкин, О.** В выставочно-ярмарочной жизни Минска грядут большие перемены [Электронный ресурс] / О. Галкин. – Режим доступа : http://news.tut.by/society/215041.html. – Дата доступа : 23.09.2015.

4. **Лобода, В. А.** Пути повышения результативности выставочной деятельности научных и научно-производственных организаций Республики Беларусь / В. А. Лобода // Новости науки и технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://belisa.org.by/ru/izd/stnewsmag/1_2007/art10_5_2007.html. – Дата доступа : 23.09.2015.

5. **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.