

которое будет приобретаться в лизинг. Стремительное развитие лизинговых сделок говорит о выгодности не только для компаний, но и для государства, так как это способствует международному движению капитала, передачи технологий, торговле.

Литература:

1. Лизинг. Философия. Т.Г. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2008. — 191 с.
2. Международный лизинг. Кому это выгодно?// Все о финансах Беларуси [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://infobank.by/3025/default.aspx>.

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ
КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Матвиенко В.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Дадалко С.В.

Ярмарки и выставки, проводимые в разных странах, являются важным средством ознакомления рынка с товарами, представляют собой неотъемлемое звено между продавцами-экспонентами и потенциальными покупателями, так как способствуют установлению личных контактов торговых партнеров.

В Республике Беларусь основным документом, который регулирует отношения, напрямую затрагивающие проблематику осуществления выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД), является постановление, Совета Министров Республики Беларусь, которым утверждено Положение о порядке организации выставок и ярмарок, датированное от 22 июля 2004 г. № 890 «О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности».

Существуют также и иные правовые документы, регулирующие проведение и порядок участия в мероприятиях ВЯД, такие как: постановлениями Совета Министров Республики Беларусь от 6 апреля 1994 г. № 212 «Об упорядочении проведения выставок, симпозиумов и семинаров по медицинской тематике», от 30 октября 2002 г. № 1504 «О сотрудничестве Республики Беларусь с международными организациями» и от 14 марта 2003 г. № 331 «О взимании налога на доходы от реализации товаров, ввезенных на территорию Республики Беларусь для демонстрации на выставках, выставках-продажах, ярмарках» и др.

Для экспонента выставки и ярмарки предоставляют следующие возможности:

- непосредственной коммуникации с потенциальными покупателями и потребителями, поставщиками и субподрядчиками;
- отслеживания рыночных тенденций и оценки конкурентоспособности предприятия на рынке;
- возможность заявить о себе во всеуслышание;
- обмена информацией с ведущими специалистами отрасли;
- изучения маркетинговой стратегии и рыночной политики конкурентов;
- анализа отзывов посетителей о цене и качестве продукции или услуги;
- проведения широкомасштабных рекламных компаний по продвижению продукции экспонента и др. [1]

Существуют следующие основные проблемы ВЯД и направления возможного совершенствования механизма государственного регулирования данной сферы деятельности:

1. Хаотичность организации из-за совпадения выставок по тематике и срокам и, чего можно избежать посредством:

- созданием перечня стратегически важных тематик;
- разработкой программы слияния выставочных проектов по стратегически важным тематикам.

2. Дефицитность сведений о выставках и ярмарках, проводимых как в регионе, так и за рубежом, которая может быть устранена путем создания интегрированной информационной системы, в частности: интернет-сайта при Межгосударственном совете по выставочно-ярмарочной деятельности стран СНГ, каталога выставок с переводом на английский язык и механизма информирования потенциальных иностранных партнеров, системы обмена сведениями о зарубежных выставках, наиболее перспективных для экспортеров.

3. Недостаток специалистов выставочного дела в регионах и отсутствие методической и учебной литературы, которые могут быть урегулированы:

- разработкой программы подготовки кадров в высших и средних специальных учебных заведениях для работы в выставочных организациях;
- разработкой программы «делового туризма», включающей посещение ведущих иностранных выставок и участие в зарубежных семинарах;

4. Респектабельное представительство регионального производства на зарубежных выставках, которое может обеспечиваться:

- предоставлением информационной, организационной и финансовой поддержки и льгот экспонентам;

- разработкой своеобразного «кодекса правил и ограничений» для участия национальных производителей на зарубежных выставках и ярмарках. [2]

Одну из центральных ролей в продвижении выставочной индустрии играет государство. Различные государственные комитеты выполняют связующую функцию и предоставляют поддержку, направленную на повышение уровня выставочной индустрии.

В любом случае, выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь требует серьезных нововведений и действенных механизмов развития с целью повышения конкурентоспособности отечественных предприятий, а также поиска новых зарубежных партнеров и инвесторов.

Литература:

1. Лобода В.А. Пути повышения результативности выставочной деятельности научных и научно-производственных организаций Республики Беларусь // Информационно-аналитический журнал «Новости науки и технологий» Минск – 2007.- № 1(5) - С.51-53.

2. БелИСА // Проблемы кадрового обеспечения выставочной сферы Республики Беларусь высококвалифицированными специалистами в контексте инновационного развития [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://belisa.org.by/ru/izd/other/Kadr2008/kadr08_145.html - свободный. Дата доступа: 13.03.2013.