

ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Магистрант Томашева Т.И.,
кандидат техн. наук Алексеев Ю.Г.

Белорусский национальный технический университет

Дальнейшая интеграция экономики РБ в мировое хозяйство требует применения организациями адекватных современным условиям методов и инструментов управления внешнеэкономической деятельностью. Белорусская экономика носит особый характер: ее деятельность ориентируется на экспорт товаров и услуг отечественных производителей. Поэтому на современном этапе экономических преобразований эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций является выставочно-ярмарочная деятельность, позволяющая решить проблемы по продвижению отечественных технологий, товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках в условиях необходимости стимулирования положительных структурных изменений в пользу наукоемких и высокотехнологических производств.

В стране начинают прослеживаться благоприятные тенденции в развитии выставочно-ярмарочной деятельности: 1) увеличивается доля специализированных выставок по сравнению с универсальными; 2) стабилизация экономики и перспективы промышленного роста привели к увеличению общего числа выставок промышленной тематики; 3) уменьшается число узко продовольственных выставок, заменяются комбинированными с разделами технических товаров; 4) наблюдается рост числа белорусских фирм, участвующих в международных выставках; 5) стабильно растет интерес зарубежных фирм к стране; 6) хорошую перспективу в стране имеют национальные выставки зарубежных стран; 7) явление постоянно растущего спроса на продукцию высоких потребительских стандартов, наблюдающееся в промышленно развитых странах, в противоположность спросу на дешевые товары в развивающихся, отражается на сфере торговых ярмарок и выставок и определяет политику предприятия по выбору вида и качественного состава экспонатов в зависимости от места проведения выставки. Предприятия, производящие инвестиционные товары, проявляют выставочную активность с первейшей целью распространения информации, тогда как отрасли, производящие товары широкого потребления, стремятся участвовать в выставках для получения непосредственных коммерческих результатов; 8) организаторы выставок постоянно ищут новые формы работы с участниками: семинары, конференции, симпозиумы, кооперационные биржи. На таких мероприятиях удается в короткие сроки вовлечь большее количество специалистов в обсуждение актуальных проблем, а также наметить общие планы на сотрудничество.