

д) Банк может минимизировать риск кредитования с помощью различных способов обеспечения возврата банковских кредитов: залог, поручительство, гарантия, гарантийный депозит денег, страхование кредитором риска невозврата кредита, перевод на кредитодателя правового титула (на имущество и имущественные права).

УДК

НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.В. Соколовский

*УО «Белорусский государственный экономический
университет»*

Стратегия стабильного экономического роста в Республике Беларусь и ее тактические приоритеты в определяющей степени связаны с развитием экспортного потенциала на базе повышения конкурентоспособности реального сектора экономики и сферы услуг и всесторонней интеграцией белорусской экономики в мировую хозяйственную систему. Одной из эффективных форм внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь является участие в международных выставках, проводимых как внутри страны, так и за рубежом.

Как показывает мировая практика, развитие выставочной деятельности – один из самых эффективных способов продвижения высокотехнологичных и наукоемких производств, ускоренного развития регионов, реструктурирования отраслей экономики. Образно говоря, выставочная деятельность является «локомотивом экономики», поэтому она занимает важное место в экономической стратегии большинства стран мира.

Важность выставочной деятельности для Республики Беларусь обусловлена, кроме того, и особым характером белорусской экономики, деятельность которой ориентирована на экспорт товаров и услуг отечественных производителей и привлечение иностранных инвестиций с целью обеспечения постоянной модернизации материально-технической базы производства в условиях трансформации экономических отношений.

Основным недостатком выставочной деятельности является ее оторванность от товаропроводящей сети белорусских предприятий. Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко на совещании с руководителями дипломатических миссий страны в августе 2006 года четко поставил задачу, - использовать все возможности для наращивания экспортного потенциала, с тем, чтобы не потерять темпов экономического роста. Успешное решение данного вопроса во многом будет зависеть от эффективного функционирования товаропроводящих сетей крупных белорусских предприятий-экспортеров на перспективных зарубежных рынках.

Представляется, что именно участие в выставочных мероприятиях за рубежом позволит белорусским экспортерам наиболее рациональным и экономным образом определить пригодность того или иного зарубежного рынка для создания ТПС. Едва ли какой-нибудь другой из элементов маркетинга обладает присущей выставке способностью представить во всей полноте предприятие и его продукцию или услугу, одновременно осуществляя личный контакт с клиентами. Личные доверительные отношения между деловыми партнерами становятся сегодня самым весомым фактором для принятия каких-либо решений. Близость же к покупателю, как стратегический фактор успеха, является ключевой позицией в международной конкуренции. Кроме того, выставки позволяют оперативно произвести сравнительный

анализ конкурентов и оценить непосредственное восприятие товаров и услуг, что становится ценнейшим материалом при оценке целесообразности создания ТПС.

Одним из основных недостатков выставочной деятельности в Беларуси является то, что существующий механизм использования бюджетных средств для частичного финансирования участия отечественных предприятий в выставочных мероприятиях за рубежом предусматривает оплату статей расходов сметы по организации лишь национальных мероприятий. В то же время все белорусские выставочные мероприятия, проводимые за рубежом и имеющие статус национальных, являются *универсальными*, несмотря на то, что в наши дни господствующим на выставочном рынке типом выставки является именно *специализированная* выставка.

В этой связи и с учетом мировой тенденции, складывающейся в этой сфере, представляется необходимым планомерный переход Министерства торговли Республики Беларусь к организации национальных белорусских экспозиций за рубежом на специализированных выставках вместо универсальных.

Целесообразным представляется также использование средств республиканского бюджета и для оплаты участия отдельных предприятий и фирм (в том числе и негосударственных) в специализированных выставках. Данные средства могут быть перечислены на счет предприятия-участника после предоставления в соответствующий орган (Министерство торговли) документов, подтверждающих его участие в выставочном мероприятии за рубежом.

Важной проблемой, снижающей результативность участия отечественных экспонентов в выставках, является отсутствие предвыставочной подготовительной работы на предприятиях-участниках, а также языковой барьер, незнание деловой этики и, в целом, недостаточная компетентность сотрудников, занимающихся организацией участия в выставочных мероприятиях. Трансформация выставочной деятельности в Беларуси предопределяет необходимость подготовки специалистов-выставочников высокой квалификации. В целях повышения качества и эффективности проведения выставок представляется необходимым организовать подготовку специалистов этого вида деятельности в высшей школе. Целесообразным представляется введение квалификации «экономист-менеджер выставочной деятельности». Учебный план может включать такие предметы, как история выставочной деятельности, организационно-правовые формы хозяйствования, общий теоретический менеджмент и маркетинг, информационные технологии, культура устной и письменной речи, реклама выставок.

Ежегодно в составе национальных белорусских выставок за рубежом принимает участие более 250 предприятий, самостоятельно участвуют – более 100, в выставках на территории республики участвуют более 2000 отечественных экспонентов. При этом каждое из этих предприятий имеет выставочную программу, в соответствии с которой предусматривается участие в нескольких выставочных мероприятиях в течение года. В штате этих предприятий имеется хотя бы один сотрудник, который занимается вопросами организации участия в выставках. На крупных предприятиях создаются специальные отделы выставок. Кроме того, специалисты по выставочной деятельности востребованы в Министерстве торговли, Белорусской торгово-промышленной палате, ее региональных отделениях, областных исполнительных структурах, выставочных компаниях. Таким образом, даже по самым скромным расчетам потребность нашей страны в специалистах - выставочниках составляет не менее 2 500 человек.

Существенным фактором, сдерживающим развитие выставочной деятельности в Республике Беларусь, является нехватка, а также физический и моральный износ имеющихся выставочных площадей. В последние годы организаторы выставочных мероприятий стали проводить выставки в непригодных для этого помещениях по той причине, что размеры имеющихся специализированных выставочных комплексов Минска не в состоянии вместить всех экспонентов.

Строительство современного выставочного комплекса в Минске позволило бы не только увеличить количество проводимых мероприятий, расширить их тематику, привлекать большее количество иностранных экспонентов, сотрудничать с иностранными выставочными организаторами, но и способствовало бы стимулированию общей активности выставочного бизнеса в республике. Кроме того, проведение новых выставочных мероприятий задействует большое количество людей для исполнения различных видов работ, что позволит создать дополнительные рабочие места, а бюджет города получит весомое пополнение.

Наиболее целесообразным представляется строительство выставочного комплекса, состоящего из двух павильонов, каждого по 10 000 кв.м. экспозиционной выставочной площади, соединенных между собой проходом. При этом, учитывая современные мировые тенденции развития выставочной отрасли, в нынешней ситуации мало будет создать просто выставочный центр, поскольку в настоящее время выставочный бизнес активно сочетается с конгрессной деятельностью. Страны, где впервые была учтена эта тенденция, стали активно строить выставочно-конгрессные центры, модифицировать существующие выставочные комплексы, расширяя и возводя новые помещения, предназначенные для проведения семинаров, конференций и конгрессов. Сегодня эти страны получают колоссальные доходы от проведения таких мероприятий. Минску также необходим современный выставочный комплекс, который бы включал выставочные помещения, залы для проведения конгрессных мероприятий, а также гостиницу, магазины, рестораны и кафе, предпочтительно объединенные в рамках единого комплекса.

Финансирование указанного проекта возможно за счет средств Мингорисполкома, а также выставочных компаний Республики Беларусь, как наиболее заинтересованных в его реализации.

Помимо очевидного прямого экономического эффекта, который может принести данный проект, имеет место и косвенный эффект. Наличие современного конгрессно-выставочного центра значительно повысит привлекательность Минска как столицы европейского государства.

Специализированные выставочные павильоны также востребованы в областных центрах Республики Беларуси. Их строительство активизирует региональную выставочную деятельность и экономику области в целом. Выставки, проводимые в областях Беларуси, будут способствовать насыщению региональных рынков более качественной и конкурентоспособной продукцией, увеличению сбыта продукции и услуг и повышению престижа регионов.

УДК 005.932.5

ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

А.П. Суворов

УО «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, РБ

Резервом роста эффективности деятельности любой организации и обеспечением конкурентоспособности производимой ею продукции (оказываемых услуг) является снижение затрат, так как они напрямую влияют на конечные результаты деятельности организации и «запас» ее конкурентоспособности.

Основные элементы производства трансформируются в продукт труда, а интенсивность их участия в создании продукта формирует издержки. Таким образом, себестоимость продукции (работ, услуг) занимает преобладающее место в