



**БЕЛАРУСКАЯ ГАНДЛЁВА-
ПРАМЫСЛОВАЯ ПАЛАТА**

ПРАТАКОЛ

**БЕЛОРУССКАЯ ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА**

ПРОТОКОЛ

14.12.2017 № 3

г. Мінск

г. Минск

ЗАСЕДАНИЯ
комитета БелТПП по
выставочно-ярмарочной и
конгрессной деятельности

Председатель – Дичковский Д.А.

Секретарь – Гончарова Н.А.

Присутствовали: Акантинов А.Д., Аникович Е.Б., Бойко В.С., Бриль В.С.,
Быкова Л.К., Губкин А.Л., Жуковская Т.А., Князева Е.В.,
Мисилевич О.А., Павловец Е.В., Принеслик А.Ю.,
Савостьянов Д.В., Сей Тао, Супрун Е.А., Уласик Г.А.,
Шаханович А.К., Юй Минхуа

Тема заседания: Итоги участия белорусских предприятий и организаций
в выставках и экспозициях за рубежом в 2017 году и
перспективы развития данного направления в 2018 году

1. С докладами выступили:

Шаханович А.К., заместитель директора выставочного унитарного
предприятия "Белинтерэкспо" Белорусской торгово-промышленной
палаты "Об основных итогах участия предприятий и организаций в
международных выставках за рубежом в 2017 году, перспективах развития
выставочной индустрии и планах по организации участия субъектов
предпринимательства в зарубежных выставочных мероприятиях в 2018 году";

Бриль В.С., заместитель председателя Белорусской торгово-
промышленной палаты "О зарубежном опыте оказания поддержки
субъектам предпринимательской деятельности в участии в
международных выставочных мероприятиях";

Акантинов А.Д., генеральный директор Центра стратегического развития "Маркетинговые системы" "Об эффективности участия в выставочных мероприятиях за рубежом для экономического развития и продвижения продукции на внешние рынки";

Юй Минхуа, заместитель генерального директора ЗАО "Чайна Мерчантс СиЭйчЭн-БиЭлАр Коммерческая и Логистическая компания" "О возможностях использования площадки Китайско-Белорусского индустриального парка "Индустриальный парк "Великий камень" для проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий".

Доклады выступающих прилагаются.

2. Приняли к сведению информацию:

2.1. Выставочного унитарного предприятия "Белинтерэкспо" Белорусской торгово-промышленной палаты о том, что:

Выставочная деятельность, как инструмент маркетинга и продвижения товаров, по-прежнему остается весьма актуальной и играет одну из ключевых ролей в мировой экономике.

В 2017 году предприятие выступило выставочным оператором более чем 20 выставочных мероприятий за рубежом. Участие в указанных мероприятиях приняли более 200 отечественных предприятий-производителей продукции (товаров, услуг), общее количество участий экспонентов в выставках и экспозициях составило более 340. Общая закрытая площадь выставочных стендов в рамках названных выставок (экспозиций) составила более 2,6 тыс. кв. метров. Площадь экспозиций демонстрируемой белорусской техники на открытых площадках составила порядка 700 кв. метров.

Наиболее значимые проведенные мероприятия: Национальная экспозиция Республики Беларусь в рамках четвертого Форума регионов Беларуси и России в г.Москве, многоотраслевая выставка белорусских производителей "Made in Belarus" в Казахстане, национальные экспозиции Республики Беларусь на Кубе, в Алжире и в г.Гуанчжоу (КНР).

На 2018 год унитарным предприятием "Белинтерэкспо" запланирована организация и проведение более 40 выставочных мероприятий, в том числе многоотраслевые выставки "Made in Belarus" в Грузии, Узбекистане, Таджикистане, Украине, Казахстане (в гг.Алматы и Шымкенте).

Также планируются экспозиции белорусских производителей на ключевых международных специализированных и универсальных выставках в странах Азиатского региона (Катар, Ирак, Ливан, КНР, Азербайджан, Сирия, Объединенных Арабских Эмиратах, Омане,

Израиле, Индии, Южной Кореи, Монголии, Сингапуре, Таиланде, Индонезии), Африки (Судане, Анголе, Кении, Египте), Латинской Америки (Кубе) и Европейского Союза (Германии, Чехии, Венгрии, Франции, Румынии).

2.2. Белорусской торгово-промышленной палаты о том, что:

Государственная финансовая поддержка участия национальных предприятий в выставках за рубежом существует во многих странах с рыночной экономикой.

Величина экономической поддержки (процент участия в расходах) со стороны государства дифференцируется в зависимости от размера и структуры предприятия, вида производимой продукции (потребительские, инновационные товары), уровня технологии, коммерческих результатов, страны организации ярмарки или выставки (в случае заинтересованности в освоении новых рынков).

Во многих странах существуют государственные программы по участию национальных предприятий в выставках за рубежом. Эти программы в обязательном порядке дотируются из государственных средств.

Форму участия в крупнейших международных универсальных выставках-ярмарках с национальными выставочными экспозициями широко практикуют самые развитые страны с рыночной экономикой, в том числе США, Россия, Китай, Германия, другие страны ЕС и мира.

Организация масштабных универсальных страновых выставок за рубежом, как инструмент продвижения отечественной продукции на внешние рынки, также широко используется многими экономически развитыми государствами.

БелТПП детально проанализированы формы и методы оказания государственной поддержки предприятиям, принимающим участие в выставочных мероприятиях за рубежом, на примере Германии, Российской Федерации и Казахстана.

Несмотря на то, что механизмы оказания этой поддержки отличаются, государства рассматривают участие своих предприятий в международных выставках и ярмарках как безусловно действенный и важнейший механизм, способствующий позиционированию производимых товаров на зарубежных рынках, как ключевой маркетинговый инструмент для продвижения продукции на экспорт, как один из основных способов для создания положительного имиджа страны за рубежом, а также укрепления и развития ее внешнеэкономических и политических связей.

2.3. Центра стратегического развития "Маркетинговые системы" о том, что:

Сфера организации выставочных мероприятий совершенствуется в соответствии с современностью развития потребительского потенциала.

Основные функции участия в выставке имиджевая, политическая, рекламная, торговая, обучающая, поддержка, лояльная, исследовательская, доверительная, приобретение опыта.

Первоочередная цель выставки – это организация встречи коллег и обмен опытом, что в свою очередь превращает данную деятельность в выставочно-конгрессную посредством наличия дискуссий и обсуждений. В этой связи существует необходимость не просто участвовать в выставке со стендом, а организовывать презентации, круглые столы, проводить дополнительные коммуникационные мероприятия.

Для повышения эффективности участия в выставках необходимо совершенствование формы участия в выставочной деятельности, стимулирование субъектов хозяйствования, усиление деятельности по привлечению партнеров и клиентов в страну.

2.4. ЗАО "Чайна Мерчантс СиЭйчЭн-БиЭлАр Коммерческая и Логистическая компания" о том, что:

Компания осуществляет инвестирование средств в строительство многофункционального комплекса на территории Китайско-Белорусского индустриального парка "Индустриальный парк "Великий камень". Проект развивается в рамках межгосударственного китайско-белорусского сотрудничества и подписанных соответствующих межправительственных документов.

Комплекс расположен в 25 км от г. Минска в непосредственной близости от международного аэропорта, железнодорожных путей, транснациональной автомобильной магистрали Берлин-Москва.

Комплекс включает в себя складские помещения общей площадью 51 тыс. кв. метров, выставочный центр площадью 22 тыс. кв. метров и бизнес-центр площадью 6 тыс. кв. метров.

Строительство выставочного центра практически завершено. По информации компании начиная с 2018 года возможно полноценное использование указанного центра как площадки для проведения выставок, экспозиций, ярмарок, форумов, конгрессных и иных мероприятий, в том числе международных.

3. По результатам выступлений докладчиков в обсуждении и прениях выступили представители органов государственного управления, иных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь, предприятий и организаций, присутствующие на заседании комитета.

4. Решили:

4.1. Согласиться с мнением, что участие в зарубежных выставках способствует развитию международной торговли, поиску деловых партнеров, повышению узнаваемости бренда, изучению потребностей рынка, увеличению объемов экспорта производимой продукции.

4.2. Считать целесообразным продолжить практику оказания государственной поддержки предприятиям и организациям Республики Беларусь, принимающим участие в выставках и экспозициях за рубежом, в целях продвижения белорусской продукции (товаров, услуг) на внешние рынки и диверсификации экспортных поставок.

Председатель



Д.А.Дичковский

Секретарь



Н.А.Гончарова