

*Е.С. Лужанская*

## **МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КЫРГЫЗСТАНА В СФЕРЕ ВЫСТАВОЧНОГО ДЕЛА 1990-х ГОДОВ**

Выставки один из инструментов международного сотрудничества, действенный способ международного взаимодействия в сфере торговли и предпринимательства. Выставочное дело трансформируется в цифровом формате как транснациональная площадка для переговоров.

*Ключевые слова:* Выставки, Международные выставки, Торгово промышленная палата КР, Киргизвнешсервис, Международная ярмарка, Кыргызский выставочно-коммерческий центр.

Выставки популярны во всем мире. Исторически они существовали как торговые площадки в городах, они были переносные и стационарные. Развитие выставки шло путем изменения просто торговли в представление, купцы расхваливали товар, демонстрировали его преимущества, ну и конечно давали попробовать товар на вкус. Это единственное рекламное средство, воздействующее на все пять органов чувств – зрение, слух, обоняние, вкус и осязание. [3, с. 257] В развитых странах существуют большие выставочные центры, зачастую финансируемые государством. В Европе важнейшим из них является Базель, Франкфурт, Женева и Милан. В Лондоне есть Департамент торговли и промышленности, который поддерживает организаторов выставок, заинтересованных в экспорте, путем организации британских выставок за границей, к тому же данный департамент выпускает журнал "Overseas Trade", в котором дает обзор выставок по всему миру.

Различают несколько видов выставок: Выставки для широкой публики, торговые и деловые, многоцелевые, частные, на открытом воздухе, передвижные, переносные, выставки достижений, постоянные выставки, конференции и окна. Речь пойдет о международных выставках, в которых участвовал Кыргызстан в 1990-е годы и как менялась структура управления выставочным делом. Главная ценность выставки в том, что она привлекает внимание к своему предмету и притягивает посетителей, часто находящихся на больших расстояниях. Реклама выставки и часто конкретных ее участников распространяется далеко за пределами самой выставки и выполняет роль посредника как внутри страны, так и за границей. Сотрудничество с представителями прессы за несколько месяцев до открытия выстав-

ки одно из возможностей продвижения компании и страны в целом на местном или зарубежных рынках.

В Кыргызстане также есть орган отвечающий за организацию выставок. В 1989 году была организована новая организационная структура, предусматривающая образование фирмы “Киргизвнешсервис” на базе бюро переводов и бюро рекламы центрального аппарата Палаты [8]. В ее задачи входило оказание услуг в области внешнеэкономической рекламы и оказание консультационно-информационных услуг. Дело в том, что Торгово-Промышленная Палата еще с 1950-х годов занималась выставочным делом, как внешней выставкой так и внутри страны. Так что опыт в проведении и участии выставок у новой структуры был большой. За время ее работы данная структура реорганизовывалась множество раз, но суть ее оставалась прежней.

Торгово-промышленная палата Кыргызской Республики, являясь негосударственной, некоммерческой организацией, расширяет свои связи как с государственными организациями, так и с партнерскими объединениями предпринимателей в стране и за рубежом, содействует развитию экономики, производственных, научно-технических и торговых связей Кыргызской Республики с другими странами. Палата, основанная 24 декабря 1959 года, действует на основании Закона “О Торгово-промышленной палате КР”, принятого 13 апреля 1994 года Жогорку Кенешем страны. Миссией Палаты является содействие созданию соответствующей правовой среды, инфраструктуры и других условий для становления, развития и защиты предпринимательства в Кыргызстане. Она стремится к тому, чтобы каждый предприниматель имел реальные, равные возможности для развития своего дела в республике и выхода на международные рынки.

В архивах Кыргызстана запечатлено большое количество международных выставок проводимых данной конторой от имени Кыргызстана в различных странах. В нашей статье мы коснемся лишь нескольких из них.

Например, постоянно действующая выставка советских товаров в городе Дубай (ОАЭ) с марта 1989 года [9]. Киргизская ССР была в составе советской экспозиции и представляла страну. На выставке выставялась продукция легкой промышленности, Объединения народных промыслов “КЫЯЛ”, Фрунзенского стекольного завода, Художественного фонда Союза художников Киргизской ССР. Реорганизованная структура по организации выставок “Киргизвнешсервис” готовил рекламные материалы для правильной презентации местно-

го производства в Дубаи. Данная выставка показывает нам о взаимодействии двух рынков. Для ОАЭ Кыргызстан, как и весь Советский Союз был огромной площадкой для сбыта собственного товара. На данной выставке подписалось множество двусторонних договоров о взаимной торговли между странами.

Так же в марте 1989 года в Москве было подписано торговое соглашение между советским внешнеэкономическим консорциумом и американским торговым консорциумом [6]. Данное соглашение позволяло создавать совместные предприятия, обеспечивающие собственную окупаемость. Оно было заключено на 20 лет. Эти предприятия, имели право публиковать рекламу и участвовать в международных и национальных выставках.

Несмотря на всю работу по налаживанию экспорта из Кыргызстана в 1990 г. Министерство Кыргызской ССР отмечает, что в республике существенных сдвигов в развитии экспорта и рационализации ее структуры не произошло [11]. И в апреле 1990 го года выпускает постановление о мерах по обеспечению выполнения плана поставки продукции на экспорт. Нужно отметить, что на международных выставках каждая сторона нацелена больше на экспорт своих товаров, чем на импорт в собственную страну. В вышеупомянутом постановлении говорилось, как о экспорте товаров, так и о повышении притока туристов и альпинистов в нашу страну. Для этого планировалось рассмотреть вопросы об организации в республике различных форм туризма и отдыха для иностранных граждан и разработать программу по развитию внешнеэкономической деятельности.

В сентябре 1990 г. Кыргызская ССР принимает участие в составе советской экспозиции, самостоятельным разделом в Международной ярмарке в городе Будапеште (Венгрия) [10], на которую экспонаты выбирались с особой тщательностью, и с начала их выставляли на ВДНХ Кыргызской ССР, а затем уже после одобрения комиссии по подготовке Международных выставок и ярмарок, отправили в Будапешт. Так же в постановлении отмечается, что художественное оформление павильона и сопутствующей рекламной продукции было разработано Торгово промышленной палатой и государственным комитетом Кыргызской ССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли. Данная выставка привлекла внимание иностранных представительств к нашему рынку, но дальнейшая политика государства способствовала развитию банковской отрасли.

В 1991 году очередная реорганизация структуры в выставочном деле республики. Выставка достижений народного хозяйства Республики Кыргызстан была реорганизована в Кыргызский выставочно-коммерческий центр при кабинете Министров Республики Кыргызстан. Который в ногу со временем, стал на половину содержаться на средства, полученные от проводимой коммерческой деятельности. Это диктовалось условиями рынка и на самокупаемость постепенно переводилось все. Данный центр являлся ведущим организатором и устройтеlem выставок, ярмарок, семинаров, симпозиумов, фестивалей деловых встреч и других мероприятий. Именно он занимался организацией и проведением межреспубликанских и международных выставок по актуальным для республики направлениям социально-экономического развития. Взаимодействием с министерствами и ведомствами, предприятиями республики по установлению деловых контактов с союзными и зарубежными партнерами. Центр оказывал так же консультационные и экспертные услуги. Проводил различные мероприятия: семинары, совещания, симпозиумы, фестивали, национальные праздники, способствующие социально-экономическому развитию республики. Провел множество выставок-ярмарок – это стало новым веянием в выставочном деле, т.е. на выставках происходило не только шоу и заключение договоров, но можно было купить штучно товар по ценам от производителей. Данный вид выставки “с продажами” диктовало время и экономическая ситуация на рынке. Производители да и сам комитет были на самокупаемости, продажи на выставке позволяли окупить затраты на участие. Так к концу 1990-х годов преобладали выставки-ярмарки, над непосредственно выставками бех розничных продаж.

В соответствии с рыночной экономикой выставки-ярмарки проводились осенью и весной, так же как и выставки индустрий строительства, агропромышленного комплекса и индустрии.

В 1995 году Кыргызский выставочно-коммерческий центр при кабинете Министров Республики Кыргызстан был реорганизован в Национальный Выставочный центр при Правительстве Кыргызской Республике [7]. Теперь он перешел на самокупаемость в большей степени, чем на ассигнования из республиканского бюджета. Еще одним отличаем от предыдущего постановления является то, что центр самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективу развития, исходя из спроса на произведенную продукцию, работы, услуги и необходимости обеспечения производственного и социального развития. ТПП Кыргызской Республики действует на осно-

вании Закона “О Торгово-промышленной палате КР”, принятого 13 апреля 1994 года Жогорку Кенешем страны [1]. Торгово-промышленная палата Кыргызской Республики является негосударственной организацией, осуществляющей свою деятельность в целях содействия развитию экономики Кыргызской Республики, ее интегрированию в мировую экономическую систему, формирования современной инфраструктуры рыночных отношений, создания благоприятных условий для внешнеэкономической деятельности, содействия развитию экспорта товаров и услуг, всемерного расширения торгово-экономических и научно-технических связей Кыргызской Республики с другими странами. Кыргыз экспоцентр ТПП имеет своего PR менеджера и выпускает журнал деловые вести. Ведет странички в социальных сетях и имеет свой сайт, с постоянными обновлениями.

Особую роль в современном обществе играют выставки информационных технологий и телекоммуникаций, которые во первых привлекают большое количество посетителей и во вторых развивают регион с точки зрения новейших технологий. К тому же это один из крупнейших стремительно растущих трансконтинентальных рынков. Данные выставки проходят как в павильонах, так и на интернет площадках. Информация все больше уходит в цифровое поле и сейчас уже достаточно выставочных площадок на просторах интернета. Где, так же, онлайн проходят не только выставки, но и заключаются сделки, да и сама компания может существовать на всех пяти континентах, при этом не имея не на одном офиса. Информационные технологии в третьем тысячелетии будут преобладающими, не только в выставочном деле, но и в рекламе и в торговле в целом. Международное сотрудничество станет обычным делом и трансконтинентальные компании, имеющие сотрудников по всему миру станут обычным делом.

#### Источники

1. <http://www.cci.kg/>
2. Гусев, Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом Текст. /Э.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салашенко- ; под ред. Н.П Лаверова. М.: Дашков и К, 2004. – 516 с.
3. Джефкинс Ф. Реклама. Уч. Пособие для вузов/Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 543 с
4. Иноземцева И.Е. Всемирные выставки;- уникальное явление культуры Текст.: / И.Е. Иноземцева //Труд и социальные отношения. — 2010. № 1.- С. 146-149
5. Тимашева О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации Текст. / О.В. Тимашева. М.: УРАО, 2004. – 190 с
6. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.91. Л. 48-54

7. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.92. Л. 119-124

8. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.92. Л. 16-18

9. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.92. Л. 22-23

10. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.92. Л. 45-47

11. ЦГА КР. Ф.2674. Оп.1. Д.92. Л. 57-60

12. *Шарков Ф.И.* Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями) Текст. / Ф.И. Шарков. М. Издательство: Альфа-Пресс, 2006. — 256 с.

**О. Ю. Порошенко, Л.С. Карташова**

## **МОДЕЛЬ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА ПРИМЕРЕ СОВМЕСТНЫХ БРИТАНСКИХ ПРОГРАММ В ЕВРАЗИЙСКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Рассматривается процесс интеграции совместных британских программ посредством сетевого взаимодействия в евразийское образовательное пространство, обеспечивающих получение дипломов вузов Великобритании – России – Киргизии в параллельном режиме, на примере международного образовательного сотрудничества КРСУ – КГАСУ – УВЛ.

*Ключевые слова:* международные образовательные программы, бакалавриат, сетевое взаимодействие, британская система образования, двойной диплом.

Договор об углублении интеграции в экономической и гуманитарной области был заключен в апреле 1996 г. между Республиками Казахстан, Кыргызстан, Беларусь и Российской Федерацией, и стал важным этапом в процессе формирования общего образовательного пространства. Принимая во внимание роль университетов в современном обществе, именно межвузовское сотрудничество может стать ключевым фактором в развитии общего образовательного пространства [1] в рамках Евразийского проекта.

Предлагаемая модели сетевое взаимодействие Казанского государственного архитектурно-строительного университета (КГАСУ) и Киргизско-Российского Славянского университета (КРСУ) будет организована преимущественно на основе единых образовательных стандартов Российской Федерации, так как КРСУ является высшим учебным заведением совместного подчинения Российской Федерации и Киргизской Республики. В связи со статусом двойного подчинения, учебный процесс в КРСУ организован в рамках образователь-