

никации, представляющих государство и представляющих гражданское общество людей друг с другом, — происходит обмен мнениями, знаниями, опытом. Для эффективного управления необходимо знать основы, на которых формируется восприятие человека, владеть набором норм и правил, принятых в той среде, на которую направлена деятельность политика, или государственного служащего. Кроме того, профессиональное знание ценностного компонента конкретного общества, реального, а не придуманного социологами, маркетологами, PR-технологами и другими представителями информационного брэйдинга, может способствовать продвижению необходимых идей по формированию желаемого имиджа страны и повышению уровня лояльного отношения к ней в долгосрочном периоде.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие технологий публичной дипломатии напрямую способствует повышению уровня доверия граждан к государственным органам, росту сопричастности граждан к проводимой государством политике, единению нации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Trajkov, V. The influence of public diplomacy on the states visibility in the international relations [Electronic resource] / V. Trajkov, G. Trajkov // Journal of Liberty and International Affairs. — 2015. — Vol. 1, N 2. — Mode of access: http://e-jlia.com/papers/v2_6.pdf. — Date of access: 18.10.2018.

ПЕРВАЯ КИТАЙСКАЯ ВЫСТАВКА ИМПОРТА — НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ ЭКСПОРТЕРОВ

*Гришкевич А. Т., Тозик А. А., Белорусский государственный университет,
e-mail: gal5@bk.ru, atozik.13@mail.ru
пр. Независимости, 4, г. Минск, Беларусь*

Автор исследует перспективы расширения экспорта белорусской продукции на китайский рынок на примере Первой Китайской международной выставки импорта в Шанхае.

Ключевые слова: Шанхайская выставка импорта; Китай; Республика Беларусь; экспорт.

Первая Китайская международная выставка импорта (*China International Import Expo*) 5—10 ноября 2018 г. состоится в Шанхае с участием производителей из 130 стран мира. Ее проведение анонсировал Председатель КНР Си Цзиньпин в мае 2017 г. Беларусь одной из первых заявила об участии в этом масштабном форуме и представит в числе других 80 государств масштабную Национальную экспозицию.

Мероприятие организуют Министерство коммерции КНР и Народное правительство города Шанхай, а партнерами станут Всемирная торговая организация, Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию, Организация Объединенных Наций по промышленному развитию. Ответственными за проведение определены Бюро по организации международной выставки и Национальный выставочный центр Шанхая.

По мнению экспертов, выставка должна стать эффективным инструментом для стимулирования торговли с зарубежными странами и открытости рынка, развития экономической глобализации. Площадь выставки огромная — свыше

240 тыс. кв. м, из которых 210 тыс. кв. м отведено под зону для предприятий и бизнеса и 30 тыс. кв. м — зона государственной торговли и инвестиций. Кроме того, запланированы международный торговый форум и многочисленные двусторонние встречи для обсуждения запросов рынка, отраслевые семинары, презентации продуктов.

Шанхайская выставка уникальна. Она организуется вопреки привычной логике международной торговли, поскольку главная задача основных мировых торговых выставок, как правило, это презентация преимуществ экспортного потенциала страны-организатора. В Китае же на этот раз открывают выставку для десятков тысяч иностранных поставщиков товаров и услуг. Объясняется это отчасти тем, что после США Китай является крупнейшим мировым импортером товаров и услуг. По прогнозам, уже в ближайшие пять лет объем импорта товаров и услуг на китайский рынок превысит 10 трлн дол. США. А проведение подобных выставок позволит выбрать наиболее качественные иностранные товары и услуги. И, конечно же, надо учитывать тот факт, что идея организации первой выставки импорта соответствует концепции «Один пояс, один путь». Цель этой инициативы — продвижение новой модели международного взаимодействия и экономического сотрудничества.

Что касается белорусско-китайской торговли, то ее баланс при цифре в более чем \$3 млрд не в нашу пользу. В настоящее время экспорт белорусских товаров на китайский рынок значительно меньше объема продаж продукции из Китая. В этой связи органы госуправления вместе с крупнейшими белорусскими производители находятся в поиске новых возможностей проникновения на гигантский китайский рынок. Этим во многом объясняется такое огромное внимание Беларуси к предстоящей экспозиции как перспективной возможности экспортного рывка.

Площадь национальной экспозиции Беларуси — 136 кв. м. Для представления своей продукции в коммерческом секторе выставки белорусские производители — а их около 80 — зарезервировали четверо большие выставочные площади. В числе участников выставки БелАЗ, МТЗ, «Гомсельмаш», «Белшина», «Бабушкина крынка», гомельский завод «Кристалл», предприятия «Беллегпрома», «Белгоспищепрома», Китайско-белорусский индустриальный парк «Великий камень» и многие другие. Программа участия белорусской делегации в выставке предусматривает проведение тематических дней с представлением различных аспектов социально-экономической жизни Беларуси, а также белорусско-китайского делового форума.

Кстати, при создании дизайна белорусского павильона, помимо традиционного логотипа «*Made in Belarus*», использовался цветок василька, который представляет собой восьмиконечную звезду (символ солнца) и является ярким элементом белорусского орнамента. А одним из символов международной выставки импорта станет четырехлистный клевер, который, по китайскому поверью, имеет магическую силу. На входе гостей выставки будут встречать самые разные воплощения китайской панды. Кстати, ее желто-голубой шарф символизирует «Один пояс, один путь» (сухопутный и морской).

Планируется, что выставку посетят 150 тыс. китайских и зарубежных предпринимателей. Эффект от участия нашей страны не должен заставить себя ждать и белорусско-китайские экономические контакты после выставки должны существенно расширяться.