

Для достижения более высоких рейтинговых позиций Республике Беларусь следует расширять и совершенствовать программно-техническую инфраструктуру, снижать стоимость ИКТ-услуг; способствовать повышению цифровой и финансовой грамотности населения.

Список источников

1. Развитие в Республике Беларусь рынка БПК // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/PlasticCards/> – Дата доступа: 18.04.2013.

2. Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPSS countries: Figures for 2011 [Electronic resource] / Committee on Payment and Settlement Systems, 2012. – Mode of access: <http://www.bis.org/publ/cps104.pdf>. – Date of access: 19.04.2013.

3. Забродская, К. А. Методологические подходы к оценке уровня развития информационно-коммуникационных технологий и услуг / К. А. Забродская // Весн. сувязі. – 2012. – № 1(111). – С. 25–29.

Т. О. Рысева

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова

УЧАСТИЕ В ВИРТУАЛЬНЫХ ВЫСТАВКАХ КАК НЕПРЕМЕННОЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Интернет-технологии создают для современного предприятия, его товаров и услуг дополнительные конкурентные преимущества. Они представляют собой эффективный инструмент, с помощью которого предприятие переходит на новый современный уровень организации своей маркетинговой деятельности. Проблемы оценки эффективности интернет-технологий до сих пор не изучены в полной мере и служат основой для проведения исследований в данной области. Участие в виртуальных выставках предоставит современному предприятию возможность повысить эффективность рекламных мероприятий по продвижению своих товаров и услуг, расширить круг клиентов и партнеров.

В быстро меняющихся условиях рынка любому предприятию (организации) крайне важно обеспечивать реальных и потенциальных потребителей наиболее полной и достоверной информацией о себе и своем бизнесе. Выставка – это хорошая возможность для демонстрации достигнутых деловых успехов, эффективная рекламная акция, способ найти новых партнеров и клиентов, заключить новые контракты, оценить конкурентов и тенденции рынка, определить свое положение на нем.

«Виртуальные выставки в Беларуси» и «Виртуальные выставки ТПП России» – это многофункциональные информационные ресурсы, которые содержат расширяемый перечень тематических разделов-выставок. В каж-

дом разделе-выставке размещены стенды участников. Ресурс предусматривает размещение на виртуальных выставочных стендах расширенной информации на русском и английском языках о предприятиях и организациях, их товарах и услугах, коммерческих предложениях, новейших достижениях и успехах, а также графических и видеоматериалов [1; 2].

ОАО «Белшина» – одно из крупнейших предприятий в Европе, выпускающее более 300 типоразмеров, моделей и нормослойности шин для легковых, грузовых, большегрузных автомобилей, строительно-дорожных и подъемно-транспортных машин, электротранспорта, автобусов, тракторов и сельскохозяйственных машин. ОАО «Белшина» экспортирует свою продукцию более чем в 53 страны мира: как страны СНГ, так и дальнего зарубежья.

На ОАО «Белшина» существуют следующие способы доведения информации о выпускаемой продукции: реклама в СМИ, наружная реклама, участие в сезонных показах изделий, издание буклетов, каталогов, реклама в сети Интернет [3]. Успешная реализация продукции зависит от складывающегося к ней отношения со стороны потенциальных потребителей. В связи с этим, важное значение имеет участие в выставочно-ярмарочной деятельности ОАО «Белшина».

Затраты на участие ОАО «Белшина» в Виртуальной выставке в Беларуси в 2013 году на срок 6 и 12 месяцев представлены в таблице 1 [1].

Таблица 1

Затраты на участие ОАО «Белшина» в Виртуальной выставке в Беларуси в 2013 году

Срок размещения	Эконом, руб.	Бизнес, руб.	Престиж, руб.
6 мес.	212 340	328 810	525 290
12 мес.	356 520	545 350	862 130

ОАО «Белшина» предлагается разработка стенда для участия в Виртуальной выставке в Беларуси (рисунки 1 и 2).



Рис. 1. Пример стенда ОАО «Белшина» для участия в Виртуальной выставке в Беларуси

Стенд оформлен в фирменном стиле ОАО «Белшина», используются фирменные цвета и логотип предприятия.



Рис. 2. Пример стенда ОАО «Белшина» для участия в Виртуальной выставке в Беларуси

Затраты на участие ОАО «Белшина» в Виртуальной выставке ТПП России в 2013 году на срок 6 и 12 месяцев отражены в таблице 2 [2].

Таблица 2

Затраты на участие ОАО «Белшина» в Виртуальной выставке ТПП России в 2013 году

Срок размещения	Стоимость с учетом НДС, евро
6 мес.	При создании до 10 дополнительных разделов стенда – 220. Создание каждого последующего (после 10) раздела стенда – 20.
12 мес.	При создании до 10 дополнительных разделов стенда – 310. Создание каждого последующего (после 10) раздела стенда – 20.

В таблице 3 представлены результаты прогноза от участия ОАО «Белшина» в виртуальной выставке ТПП России (срок размещения – 12 мес., тип стенда – до 10 дополнительных разделов) в 2014 г.

Таблица 3

Пессимистичный и оптимистичный прогнозы участия предприятия в виртуальной выставке ТПП в России в 2014 г.

Прогноз	% увеличения прибыли	Прибыль, млн руб.	Прибыль после участия в виртуальной выставке, млн руб.
Пессимистичный	0	511404	511404
Оптимистичный	3	511404	526746,12

ОАО «Белшина» получит следующие выгоды от участия в виртуальных выставках:

- экономия времени на поиск деловых партнеров. Поиск деловых партнеров и клиентов не ограничен географическими границами и реально экономит время на поиски рынков сбыта и контрагентов;
- удобство и экономия времени при ознакомлении с продукцией. Потенциальные клиенты и партнеры в удобное для них время, не выходя из офиса, смогут ознакомиться с полным объемом информации о деятельности, производимой продукции, услугах, новых проектах и коммерческих предложениях;
- экономическая эффективность. Участие в подобной выставке является важным элементом маркетинговой стратегии предприятия, дополняет рекламную и PR-кампанию;
- непрерывное функционирование ресурса. Выставочный стенд предприятия будет постоянно работать на имидж и выполнять функции по продвижению товаров и услуг 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, на протяжении всего периода размещения;
- нет ограничения в площади размещения рекламных стендов. Имеется уникальная возможность демонстрировать всю номенклатуру выпускаемой продукции ОАО «Белшина», не ограничиваясь площадью рекламных стендов реальной выставки;
- увеличение посещаемости сайта компании. Увеличение посещаемости сайта ОАО «Белшина» за счет ссылок, указанных на виртуальном стенде;
- оперативное обновление информации, размещенной на виртуальном стенде предприятия.

Список источников

1. Виртуальные выставки в Беларуси [Электронный ресурс] – 2008. – Режим доступа: <http://virtualexpo.by/ru>. – Дата доступа: 24.08.2013.
2. Виртуальные выставки ТПП России [Электронный ресурс] – 2006. – Режим доступа: <http://www.rushamber.com>. – Дата доступа: 24.08.2013.
3. Официальный сайт ОАО «Белшина» [Электронный ресурс] – 2013. – Режим доступа: <http://www.belshinajsc.by>. – Дата доступа: 26.08.2013.

А. А. Сазанович

Научный руководитель – кандидат экономических наук Р. П. Валевич

МИРОВОЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В условиях известной напряженности баланса трудовых ресурсов страны, а также в связи с принятием мер по оптимизации численности торговых работников рост объема товарооборота в будущем предусмотрено обеспечивать