

## **ВЫСТАВКИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выставки являются одним из наиболее эффективных средств стимулирования продаж и привлечения целевых аудиторий. Они позволяют установить непосредственные коммуникации с потенциальными потребителями и покупателями, поставщиками и субподрядчиками, которые заинтересованы в получении информации и налаживании связей. Выставка помогает отслеживать рыночные тенденции и оценить позицию своего предприятия на рынке, «дать знать о себе», обменяться информацией со специалистами, почерпнуть рациональные идеи в поведении конкурентов и изучить их политику, проанализировать отклики посетителей о качестве, ценах на товары и услуги фирмы, о товарах и услугах основных конкурентов, провести широкомасштабные рекламные мероприятия по продвижению продукции экспонента с использованием самых разнообразных средств. Но выставка несет выгоду не только предприятию-экспоненту, но и потребителям. Одним из основных преимуществ выставок является сосредоточение образцов огромного количества товаров, производимых в разных странах. Однако предприятию следует помнить, что участие в выставочных мероприятиях всегда сопряжено со значительными расходами, которые могут быть осуществлены впустую. Поэтому, прежде чем принять решение о посещении любой выставки, необходимо определить основные цели участия, которые бывают первостепенными, второстепенными, цели отдельных составляющих комплекса маркетинга и цели посетителя – специалиста. Учесть все бывает достаточно сложно.

Одна из задач предприятия от участия в выставке – завоевание новых рынков сбыта как на территории Республики Беларусь, так и за ее пределами через гарантированное удовлетворение требований покупателей продукции.

Производство ОАО «Гомельский жировой комбинат» реализует через торговую сеть в нашей стране и Российской Федерации, а также в Латвию, Литву, Армению, Грузию и другие страны.

В мае 2013 г. ОАО «Гомельский жировой комбинат» вступил в Балтийский пищевой союз (БПС). Вступление в БПС дает возможность расширить ассортимент выпускаемой продукции и в кооперации с корпорацией «Союз» (ведущим российским производителем жиров специального назначения), увеличить объемы экспорта.

На основании данных, предоставленных предприятием, на складах существуют остатки нереализованной продукции. Наибольший удельный вес остатков готовой продукции составляют маргарин и маргариновая продукция для промышленной переработки. Для успешной реализации данной продукции предприятие приняло участие в ежегодной международной выставке «Мир вкуса – 2014» (англоязычная версия названия «TASTYWORLD»), которая проводилась 11–14 февраля 2014 г. в Москве. Среди 2300 участников из 64 стран мира был и ОАО «Гомельский жировой комбинат». Причем он принял участие уже как член БПС, который представляет интересы производителей пищевой продукции России, Европы и Балтии.

Эта выставка является уникальной информационной платформой, оптимальным местом для заключения новых сделок, завязывания новых деловых контактов, получения свежей информации о переменах и новинках на динамично развивающемся рынке пищевой промышленности. Пространство выставки охватывает все структуры продуктов питания, в том числе on-tradepродажи и HoReCa. На выставке представлен сегмент экологически чистых продуктов питания, фермерской продукции и экопродукции премиум-класса.

Данная выставка – это возможность наладить бизнес-контакт с компаниями отрасли, представителями ритейла, ресторанов и других игроков рынка. Такой альянс участников пищевой промышленности делает из продуктов питания бренд, а из бренда – успешный и прибыльный бизнес. Выставка собирает основных операторов производственного сектора и создает идеальную среду для успешного вхождения на рынок новых брендов. Интересная программа всегда насыщена деловыми мероприятиями, которые позволяют эффективно сотрудничать участникам и посетителям. Постоянными участниками являются Россия, Белоруссия, Украина, Италия, Испания, Румыния, Польша, Грузия, прибалтийские страны, Египет, Турция и др.

На данной выставке ОАО «Гомельский жировой комбинат» представлял себя самостоятельно как производитель из Беларуси. Затраты на участие оказались значительными, и даже заключение договоров о реализации продукции, невостребованной на рынке нашей страны (маргарин и маргариновая продукция для промышленной переработки), с договорами о реализации другой продукции незначительно перекрыли все издержки. Как показывает практика, выставочные мероприятия очень затратные и плохо окупаются, если были неправильно определены цели и задачи участия, место расположения стенда, неэффективно работал персонал, упущены другие моменты организации и участия в работе выставки. Даже если все

продумано до мелочей и правильно организовано, то результат все же непредсказуем. Поэтому на сегодняшний день необходимо участвовать в виртуальных выставках, которые являются инновационным способом продвижения продукта и выхода на новые рынки.

Виртуальная выставка – это информационный многофункциональный интернет-ресурс, который значительно облегчает доступ всех заинтересованных сторон к взаимному и плодотворному взаимодействию. Производитель может легко разместить предлагаемые товары или услуги на виртуальных стендах, причем сделать это так, как надо ему. К каждому экспонату можно приложить подробное описание, где будут содержаться все необходимые данные, которые можно представлять в удобной графической форме на нескольких языках, сопровождая, в случае необходимости анимацией, помогающей посетителям лучше разобраться в разнообразных нюансах выставленного экспоната. Здесь же можно расположить детальные комментарии специалистов с возможностью онлайн-связи для уточнения различных вопросов, возникающих у посетителей.

Так как ОАО «Гомельский жировой комбинат» активно поставляет продукцию в Российскую Федерацию, то можно предложить российский сайт [www.ruschamber.com](http://www.ruschamber.com), что позволит еще больше расширить сбытовую сеть. Для участия в виртуальной выставке подойдет стандарт-стенд на 12 месяцев, стоимость составит 140 евро, что значительно ниже, чем реальное участие в любом выставочном мероприятии.

Виртуальные выставки – это многократное повышение посещаемости и, как следствие, увеличение числа инвесторов, клиентов и партнеров не только в том регионе, где находится предприятие, но и далеко за его пределами, по всему миру, везде, где найдутся лица, проявляющие интерес к продукции или услугам, предлагаемых предприятием. К тому же информация о виртуальной выставке попадает в поисковые системы Интернета, в результате повышая рейтинг предприятия и позволяя каждому желающему легко найти нужную экспозицию.

Это также возможность быстрого обновления материалов и экспонатов, представленных на виртуальной выставке. Если на предприятии появляется что-то новое, эта информация найдет свое отражение в течение очень короткого промежутка времени и с минимальными финансовыми затратами. Можно сколько угодно долго держать свою экспозицию открытой с тем, чтобы каждый заинтересованный посетитель получил максимум информации. И при этом практически не думать о времени суток, климатических условиях или местожительстве посетителей.

Виртуальная выставка значительно облегчает задачу посетителей, так как дает возможность не выходя из дома или офиса посетить ее с максимальными удобствами. При этом одновременно можно находиться на нескольких выставках, проводя анализ и сравнение, если все эти экспозиции на одну тему. Для посетителей представлены широчайшие возможности для внимательного и детального ознакомления со всеми представленными на выставке экспонатами.

Данные выставки помогают избежать случайных посетителей, так как на сайт заходят именно потенциальные клиенты. Виртуальная выставка – это и выставочный стенд, и красочный буклет, и консультации самых компетентных специалистов.

Организация виртуальной выставки как нельзя лучше подходит для повышения эффективности работы ОАО «Гомельский жировой комбинат», выхода на новые рынки, расширения сети сбыта продукции и лучшего позиционирования.

*В. С. Печень, Е. Н. Бедретдинова*  
(Беларусь, Бобруйск)

## **ИНВЕСТИЦИИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Качество продукции относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, внедрения инноваций, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. В настоящее время роль и важность качества для формирования экономики страны является определяющей. Качество – главный показатель оценки продукции, работ и услуг – определяет уровень жизни каждого человека и общества в целом.

Факторы, от которых зависит качество продукции:

1) природные – качество и ассортимент сырья, поступающего на переработку и хранение;

2) инженерно-технические – применяемая технология, а также механизация и автоматизация производственных процессов;

3) организационные – организация труда и управления, ответственность исполнителей, квалификация работающих, обеспеченность производства материалами, трудовыми и финансовыми ресурсами;

4) экономические – планирование и материальное стимулирование.