

**ВЫСТАВОЧНО–ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСА
ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
(НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «ПИНСКДРЕВ»)**

А.В. Малец

Полесский государственный университет, MalecAnastasija@gmail.com

В условиях современной экономики актуальным является вопрос разработки критериев отбора информации для обеспечения полноценной работы предприятия. Наиболее эффективно обозначенную проблему решает система маркетинговых коммуникаций. На современном этапе экономических преобразований в Республике Беларусь достаточно эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций являются выставки. Но в настоящее время их потенциал используется недостаточно. Именно поэтому важнейшей задачей сегодня является разработка научно обоснованных подходов к обеспечению процесса выставочной деятельности конкретного предприятия–экспонента. Все это обусловило актуальность выбранной темы.

Объектом исследования является ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев".

Учитывая тот факт, что ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" – сложный хозяйственный комплекс, некоторые виды продукции производятся в первую очередь для собственного потребления, некоторые виды продукции изготавливаются как для собственного потребления так и для продажи и часть продукции только для продажи (мебель, спички). Основу продуктового портфеля компании составляют такие товарные позиции как мягкая мебель (51 %).

Сегодня практически вся отгрузка продукции ЗАО "ХК "Пинскдрев" на рынке Республики Беларусь осуществляется через собственную товаропроводящую сеть представительств, которая представлена 7–ю представительствами, расположенными во всех областных центрах и наиболее крупных городах Беларуси, 36–ю фирменными магазинами и свыше 220–ю фирменными секциями.

Так как выставки являются основным инструментом воздействия на покупателя мебельной продукции, наибольшая доля затрат ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" в общих маркетинговых затратах принадлежит именно проведению выставочных мероприятий.

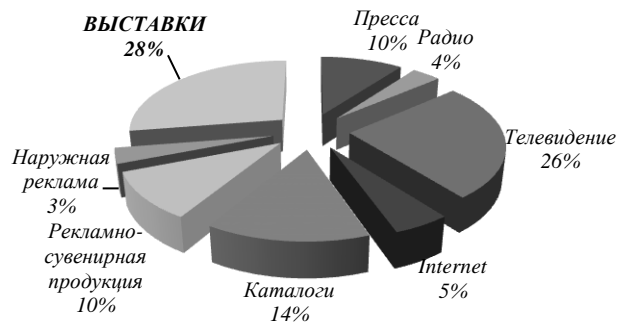


Рисунок 1 – Структура бюджета маркетинговых коммуникаций

Как видно из рисунка 1 основной рекламной статьей ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" являются выставки. Ввиду того, что происходит обновление производимой продукции (ассортимент насчитывает порядка 1000 наименований) ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" наибо-

лее выгодна реклама третьих лиц (положительные отзывы, полученные от посетителей выставок), чем размещение рекламы в любом СМИ.

На территории России, странах СНГ, зарубежных выставках в течение 2012 года ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" приняло участие в 21 выставке.

Большое значение играют для предприятия специализированные выставки, такие как Международная специализированная выставка–ярмарка "Мебель" (г. Минск), Международная выставка "Мебель, фурнитура и обивочные материалы" (г. Москва). Именно специализированные выставки позволяют ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" проанализировать тенденции мебельного рынка и оценить конкурентоспособность своей продукции.

Обобщить и дать количественную оценку эффективности проведения выставок не представляется возможным в связи с отсутствием на предприятии работы по анализу и обобщению результатов проведения выставок. Таким образом, на основании анализа организации выставочной деятельности ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" можно выделить следующие проблемы, требующие своего развития и разрешения:

- ✓ процесс организации выставок достаточно обобщенный и не имеет подробного описания работ, необходимых при подготовке к участию в выставках и ярмарках;

- ✓ отчеты по результатам участия в выставках чаще носят описательный характер моделей, представленных предприятием и его конкурентами на выставке, а анализ удовлетворенности посетителей стенда имеет субъективный характер, подтвержденный частичными наблюдениями, а не исследованиями;

- ✓ эффективность участия в выставках не оценивается.

На основании анализа всех необходимых работ для эффективной организации предприятием довыставочной подготовки, был составлен перечень основных этапов выполнения проекта, т.е. подготовки ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" к участию в выставке.

Так же была предложена структура и содержание отчета о подготовке к выставке. Использование данного шаблона позволит организаторам выставки четко представлять необходимые к выполнению задачи, а также контролировать текущее состояние данного процесса.

Процесс определения трудоемкости проекта был построен на базе экспертных оценок. В качестве экспертов были выбраны начальник бюро изучения рынка и ценовой политики и 3 маркетолога бюро изучения рынка и ценовой политики. Полученные результаты были занесены в таблицу перечня работ, дополнив его двумя столбцами: минимальная и максимальная продолжительность работы (таблица).

Таблица – Результат расчета трудоемкости основных этапов проекта

Этап	Содержание работы	Трудоемкость (чел. дни)		
		Среднее		Тож
		Tmin	Tmax	
1	Согласование выставочного бюджета	20	26,5	22,6
2	Заказ выставочной площадки	10,5	15,8	12,6
3	Подготовка стенда	22,5	41,3	30
4	Наем / отбор персонала для стенда	5,75	20	11,5
5	Бронирование гостиниц	12,5	17,5	14,5
6	Заказ пригласительных билетов и бейджиков	5,75	12,5	8,45
7	Разработка плана информац. и рекламной работы	17,5	27,5	21,5
8	Рекламно–информационная работа	17,5	26,3	21
9	Согласование графика полиграфических работ	5,5	18,8	10,8
10	Подготовка копий раздат. и доп. инф–х материалов	10	20	14
11	Организация транспортировки	10	23,8	15,5

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основании проведенных исследований

Для определения последовательности была использована следующая информация: перечень работ, описание процесса исполнения работы, взаимосвязи между этапами работ, ограничения и

предположения. Далее была проведена процедура расчета параметров сетевого графика, для вычисления поздних сроков свершения событий, а также резервов времени событий была использована четырехсекторная схема. Результат выполнения расчетов ранних сроков свершения событий, поздних сроков свершения событий, а также резервов событий представлен на рисунке 2.

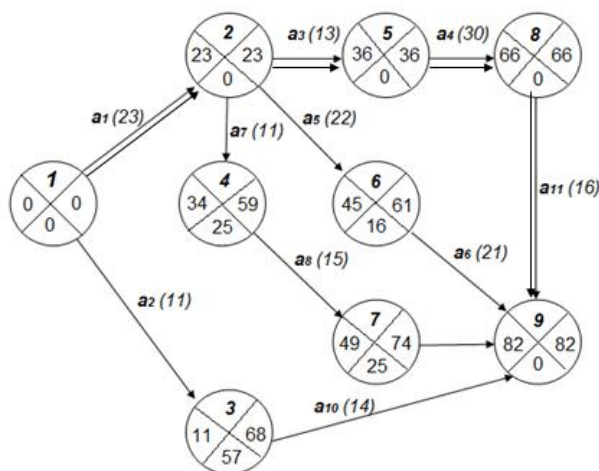


Рисунок 2 – Сетевой график проекта подготовки к участию в выставке

Примечание – Источник: собственная разработка автора

Таким образом, разработав пошаговую программу подготовки к выставкам, определив последовательность каждой выполняемой работы и сроки необходимые для реализации данного проекта, можно построить диаграмму Ганта, на которой отражены сроки выполнения каждого этапа и даты начала и завершения работ (рисунок 3).



Рисунок 3 – Линейный график проекта

Примечание – Источник: [собственная разработка автора]

Как уже отмечалось ранее, важное значение для ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" имеет Международная выставка "Мебель, фурнитура и обивочные материалы" в городе Москва, поэтому диаграмма Ганта была разработана именно для этой выставки, которая состоится 18–22 ноября 2013 года.

Поскольку выставка начнется 18 ноября 2013 г., важно, чтобы весь подготовительный этап был завершен как минимум за неделю. Именно поэтому число завершения проекта выбрано 11 ноября 2013 г. Как видно из данного графика подготовку необходимо начать 21 июля 2013г. Точные даты начала и завершения каждого из этапов работ также представлены на данном графике (календарном плане проекта).

Успех мероприятия во многом зависит от того, насколько грамотно и адекватно проведена разработка различных форм сбора информации, систематизации и ее анализа. Для этого была разработана методика оценки контактов на выставке и предложена структура отчета данной методики. На основании этого была оценена эффективность "Домашней выставки", которую ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев" организует 2 раза в год.

Информация, собранная персоналом на выставке, позволит проанализировать мнение посетителей о компании, ее продукции, а также обобщить сведения о конкурентах. Отчет персонала, может послужить основой для более детальной оценки результатов участия в выставке.

Анализ результатов становится основой решений последующего участия в выставках. Результаты оценки позволят выявить организационные ошибки, помогут выработать будущие концепции стенда, окажут влияние и на отбор персонала. Сравнение в цифрах с предыдущими или сходными мероприятиями поможет понять современные тенденции и скорректировать решения по поводу будущего участия в выставке. Сопоставление результатов других компаний с собственными итогами позволит наметить пути дальнейшей работы. Кроме того, при правильном подходе подготовка и участие в выставке позволят ярко выявить слабые и сильные места во всей деятельности ЗАО "Холдинговая компания "Пинскдрев".