


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетинга и
международного менеджмента

Допущена к защите
Заведующий кафедрой
 Е.А.Гречишкина
30.05.2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

"Основные направления совершенствования выставочно-ярмарочной
деятельности (на материалах ОАО "Красный пищевик")"

Студент
МПП, 4 курса, группы 18МПП-1



Алина Святославовна Езубчик

30.05.2022

Научный руководитель
К.т.н., доцент



Александр Владимирович Копытовских

30.05.2022

ПИНСК 2022

5
30.05.2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 60 с., 3 рис., 24 табл., 50 источников, 7 прил.

ВЫСТАВКА, ЯРМАРКА, ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ВЫСТАВОЧНЫЙ СТЕНД, ПЕРСОНАЛ, ПРЕДВЫСТАВОЧНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОСЛЕВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ВЫСТАВОЧНЫЕ ОПЕРАТОРЫ, ОЦЕНКА, ПРЕДПРИЯТИЕ,
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.

Объектом исследования является выставочно-ярмарочная деятельность предприятия ОАО "Красный пищевик".

Предметом исследования является выставочная деятельность ОАО "Красный пищевик", как инструмент коммуникационного продвижения предприятия.

Цель работы – оценить выставочно-ярмарочную деятельность ОАО "Красный пищевик" и разработать мероприятия по её совершенствованию.

При выполнении работы использованы статистические, расчетно-аналитические методы, метод финансового анализа, анализ и синтез, сравнение, способ графического и табличного отображения данных, ABC – анализ, XYZ – анализ, совмещенный анализ, метод квадратичного полиномиального сглаживания.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки – рассмотрены теоретические аспекты выставочно-ярмарочной деятельности, дана организационно-экономическая характеристика ОАО "Красный пищевик", рассмотрена организация сбытовой и выставочно-ярмарочной деятельности, а также предложено мероприятие по совершенствованию выставочно-ярмарочной деятельности.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись студента)

ABSTRACT

Thesis: 60 p., 3 figures, 24 tables, 50 sources, 7 adj.

EXHIBITION, FAIR, EXHIBITION ACTIVITY, EXHIBITION STAND, STAFF, PRE-EXHIBITION ACTIVITY, POST-EXHIBITION ACTIVITY, EXHIBITION OPERATORS, EVALUATION, ENTERPRISE, IMPROVEMENT.

The object of the study is the exhibition and fair activities of the enterprise OJSC “Krasny Pischevik”.

The subject of the research is the exhibition activity of JSC “Krasny Pischevik” as a tool for communication promotion of the enterprise.

The purpose of the work is to evaluate the exhibition and fair activities of JSC “Krasny Pishchevik” and develop measures to improve it.

Statistical, computational and analytical methods, the method of financial analysis, analysis and synthesis, comparison, the method of graphical and tabular data display, ABC analysis, XYZ analysis, combined analysis, the method of quadratic polynomial smoothing were used in the performance of the work.

In the course of the work, the following research and development was carried out – the theoretical aspects of exhibition and fair activities were considered, the organizational and economic characteristics of JSC Krasny Pishchevik were given, the organization of sales and exhibition and fair activities was considered, and an event to improve exhibition and fair activities was proposed.

The author of the work confirms that the computational and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.



(student's signature)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	7
1.1 Выставочно-ярмарочная деятельность организации в системе маркетинговых коммуникаций.....	7
1.2 Методика оценки эффективности участия предприятий в выставочно- ярмарочной деятельности.....	12
1.3 Выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь.....	17
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО "КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК".....	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ОАО "Красный пищевик".....	23
2.2 Анализ сбытовой деятельности предприятия ОАО "Красный пищевик" ..	31
2.3 Анализ и оценка выставочно-ярмарочной деятельности предприятия ОАО "Красный пищевик".....	40
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ И ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО "КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК".....	50
3.1 Планирование выставочной деятельности предприятия и направления совершенствования.....	50
3.2 Расчет эффективности предложенных мероприятий.....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	65

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов, Г. П. Маркетинг: вопросы и ответы / Г. П. Абрамов. – М.: Агропромиздат, 2020. – 158 с.
2. Авиабилеты [Электронный ресурс] // Покупка билетов – Режим доступа: <https://www.aviasales.by> – Дата доступа: 11.04.2022.
3. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для вузов / И. Л. Акулич. – 8-е изд., испр. и доп. – Минск : Выш. шк., 2017 г. – 529 с.
4. Акулич, М. А. Реализация структурного анализа в сбытовой политике предприятия / М. А. Акулич // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2014. – № 5 – С. 28-30.
5. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: – <https://studbooks.net/marketing>. Дата доступа: 17.04.2022.
6. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика: учебное пособие / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко. – М.: Издательство "Market DS", 2019. – 328 с.
7. Белорусская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] // Выставочная и ярмарочная деятельность – Режим доступа: <https://www.cci.by//>. Дата доступа: 11.04.2022.
8. БелЭкспо [Электронный ресурс] // Выставочные мероприятия. – Режим доступа: <https://www.belexpo.by> // . Дата доступа: 11.04.2022.
9. Белявский, А. Выставка как инструмент маркетинга // Продовольственный бизнес. – 2018. – № 9. – С. 21 – 23.
10. Галкин, О. В выставочно-ярмарочной жизни Минска грядут большие перемены [Электронный ресурс] / О. Галкин. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/215041.html>. – Дата доступа: 28.04.2022.
11. Говзич, В. Г. Мониторинг законодательства Республики Беларусь в сфере выставочно-ярмарочной деятельности / В. Г. Говзич // Весн. Бел. дзярж. экан. ун-та. – 2017. – № 3. – С. 95–101.
12. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь терминов. – М.: Дело и Сервис, 2020. – 113 с.
13. Голубков, Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков – Минск: Издательство "Финпресс", 2017 – 270 с.
14. Горбачев, М. Н. Дистрибуция и продвижение продукта на рынке. Практическое руководство / М. Н. Горбачев, Я. Газин. – Ростов н/Д: Феникс, 2017. – 159 с.

15. Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом: учебно-методическое пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салашенко; под ред. акад. РАН Н. П. Лаверова. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. – 516 с.
16. Карасев, Н. В. 207 советов экспонентам: учебное пособие / Н. В. Карасев / Агентство выставочного консалтинга "ЭкспоЭффект", 2019. – 82 с.
17. Карпова, С. В. Международный маркетинг / С. В. Карпова. – М. : Издательство "Экзамен", 2017. – 560 с.
18. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика : учебное пособие для вузов / Ф. Китчен. – СПб. : Вильямс, 2018. – 634 с.
19. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер: Пер. с англ. Т. Виноградова, А. Чех, Л. Царук. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 211 с.
20. Кошеленков Е. Роль выставок в маркетинговых коммуникациях мероприятия : статья [Электронный ресурс] // Маркетинг журнал "4р". – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/>– Дата доступа: 27.04.2022.
21. Коэффициенты платежеспособности [Электронный ресурс] // Расчет коэффициентов платежеспособности. – Режим доступа: <https://ilex.by/raschet-koeffitsientov-platezhesposobnosti/>. Дата доступа: 10.04.2022.
22. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб.: Питер, 2017. – 384 с.
23. Критсотакис, Я.Г., Торговые выставки и ярмарки. Техника участия и коммуникации. – М.: Издательство "Ось-89", 2018. – 224 с.
24. Кузьминова, Ю. В. Выставочные мероприятия в формате коммуникативной площадки как качественное и многофункциональное средство продвижения товара: статья / Ю. В. Кузьминова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2016. – № 5(61). – С. 255–265.
25. Лобода, В. А. Пути повышения результативности выставочной деятельности научных и научно-производственных организаций Республики Беларусь / В. А. Лобода // Новости науки и технологий [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://belisa.org.by> – Дата доступа: 12.04.2022.
26. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс] //Выставочные операторы. – Режим доступа: <https://mart.gov.by> – Дата доступа: 11.04.2022.
27. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Выставочная деятельность в РБ//Архив выставок. – Режим доступа: <http://mart.gov.by/activity/vystavochnaya-deyatelnost-v-respublike-belarus/arkhiv-vystavok/>. Дата доступа 20.05.2022.

28. Михолап, С. Место выставок в системе маркетинга экспортной продукции: современная концепция выставочной и ярмарочной деятельности / С. Михолап // Маркетинг. Идеи и технологии. – 2019. – № 2. – С. 71–74.
29. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М. : Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 2016. – 364 с.
30. Пасмуров, А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. – СПб. : Питер, 2015. – 272 с.
31. Петелин, В.Г., Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. – М.: Издательство ”Ось-89“, 2016. – 176 с.
32. Планирование подготовки организации к выставке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rent4all.ru>. Дата доступа: 14.04.2022.
33. Показатели рентабельности [Электронный ресурс] // Сущность показателей. – Режим доступа: <https://myfin.by/> Дата доступа 17.04.2022.
34. Полонский, И. О. Выставки как один из наиболее эффективных рекламных носителей для продукции: статья / И. О. Полонский, Е. В. Сорокина // Реклама: теория и практика. – 2017. – № 6. – С. 46–54.
35. Постановление Совета Министров РБ. Об утверждении Положения о международной выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь и за ее пределами от 16.07.1997 №890.
36. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.12.2011 № 1672 (ред. от 22.01.2016) ”Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования“.
37. Рентабельность [Электронный ресурс] // Понятие рентабельности. – Режим доступа:<https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost/>. Дата доступа: 01.04.2022.
38. Роль сбыта на предприятии [Электронный ресурс].– Режим доступа:<https://helpiks.org>. Дата доступа: 09.04.2022
39. Сайт Белинтерэкспо [Электронный ресурс] // Календарь выставочных мероприятий. – Режим доступа: <https://www.belinterexpo.by> – Дата доступа: 11.04.2022.
40. Сайт ОАО “Красный пищевик” [Электронный ресурс] // Ассортимент. – Режим доступа: <https://www.zefir.by>. – Дата доступа: 10.03.2022.
41. Синяева, И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: учебник для вузов / И. М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 414 с.
42. Соколовский, А. В. Выставочно-ярмарочная деятельность Беларуси: перспективы развития / А. В. Соколовский // Весн. Бел. дзярж. экан. ун-та. – 2016. – № 6. – С. 64–70.
43. Степанюк, Н. Г. Инструменты Паблик Рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций / Н.Г.Степанюк // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2017. – №7 – С.38 – 41.

44. Стровский, Л. Е. Основы выставочно-ярморочной деятельности / Л. Е. Стровский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 288 с.
45. Харитонов, М. В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М. В. Харитонов. – СПб.: Речь, 2018. – 198 с.
46. Цицилина И., Николаева А. Технология рынка: Всякому жилью своя выставка // Ведомости. – 2015. – № 225 (1025). – С. 4
47. Чтение командировочных [Электронный ресурс] // Расчет командировочных в РБ. – Режим доступа:<https://ilex.by/news/komandirovki>. Дата доступа: 11.04.2022.
48. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. Управление выставочными коммуникациями. – М.: Альфа-Пресс, 2016 – 317 с.
49. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – М. : Дашков и К, 2018. – 128 с.
50. ЭкспоЦентр Дубай [Электронный ресурс] //– Режим доступа: <https://www.dwtc.com>. Дата доступа: 11.04.2022.