

Ілляшенко С.М. Роль виставкової діяльності у просуванні промислового підприємства на ринку / С.М. Ілляшенко, І.В. Меркун, Н.С. Ілляшенко // Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25-26 квітня 2019 р. – Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2019. – С. 312-315.

Ілляшенко С.М.

д. е. н., професор, зав. кафедри маркетингу
та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

Меркун І.В.

Начальник відділу маркетингу ТОВ «Керамейя»
м. Суми, Україна

Ілляшенко Н.С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

РОЛЬ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОСУВАННІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

В наш час для вітчизняних промислових підприємств участь у виставках є ефективним способом заявити про себе, оцінити свої конкурентні можливості, знайти свого споживача тощо. Приймаючи до уваги обмеженість їх фінансових ресурсів постає проблема забезпечення ефективності вибору кола виставок у яких доцільно прийняти участь, вибору ефективної форми презентації себе і своєї продукції.

Зважаючи на викладене, метою дослідження є розроблення і апробація підходів до управління виставковою діяльністю промислового підприємства, які б дозволяли обирати ефективну форму участі конкретного промислового підприємства у тематичних виставках для його просування на ринку.

Спираючись на результати системного аналізу та узагальнення літературних джерел окреслено перелік процедур управління виставковою діяльністю: визначення цілей участі у виставках; відбір обмеженого кола виставок виходячи з поставлених цілей та наявних ресурсів; визначення форми участі: розроблення та виготовлення необхідних презентаційних матеріалів, підбір персоналу, виготовлення рекламних роздаткових матеріалів тощо. З їх урахуванням запропоновано узагальнену схему управління (рис. 1).

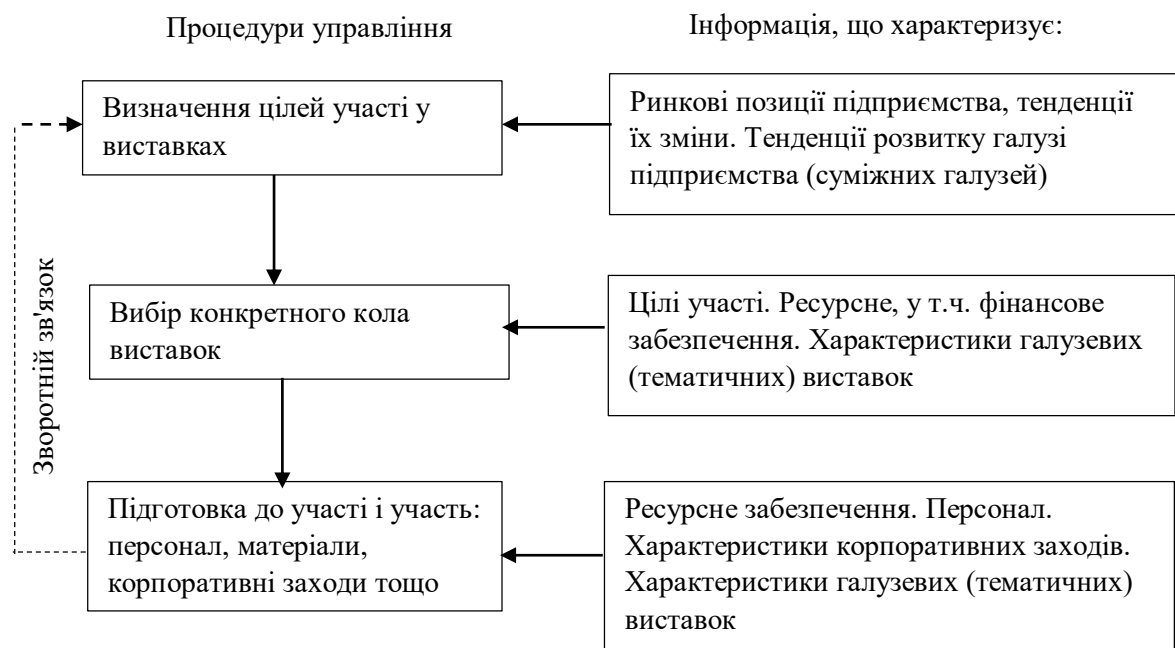


Рисунок 1. Схема управління виставковою діяльністю промислового підприємства

Для апробації запропонованого підходу до управління виставковою діяльністю було обрано промислове підприємство ТОВ «Керамейя», яке спеціалізується на виготовленні високоякісної клінкерної цегли та бруківки [1]. Основними завданнями його участі у виставках було: пошук дистриб'юторів на ринках; укладання торгових контрактів; підтримування контактів з наявними клієнтами; пошук нових клієнтів, збирання інформації про конкурентів; формування позитивного сприятливого іміджу підприємства; демонстрування можливостей товару; підтримування поінформованості споживачів щодо товару.

Основні характеристики виставок у якій прийняло участь підприємство ТОВ «Керамейя» подано у табл. 1. Результати участі у кожній з зазначених у табл. 1 виставок подані у табл. 2. Динаміка обсягів продажу продукції за останні 4 роки свідчить про постійне їх зростання, що свідчить про високу ефективність виставкової діяльності, яка є основним інструментом просування ТОВ «Керамейя» та її продукції на ринку.

Таблиця 1 - Основні характеристики виставок у яких взяла участь ТОВ «Керамейя» у 2017 р.

Назва виставки	Учасники	Відвідувачі
«Вітчизняні будівельні матеріали»	230 компаній з 14 країн світу.	12 500 осіб
«BUDMA 2017»	більш ніж 800 компаній із 32 країн світу	45 000 осіб
«World Build Краснодар / Yug Build»	353 виробників з 7 країн світу	12 808 осіб
«KyivBuild Ukraine 2017»	288 компаній із 17 країн світу	19 473 осіб
«InterBuildExpo 2017»	600 профільних підприємств та організацій, у тому числі – понад 30 міжнародних	Більше 25 000 осіб
«Слобожанський міст - 2017»	Біля 30 підприємств	...

Таблиця 2 - Результативність участі ТОВ «Керамейя» у виставках у 2017 р.

Назва виставки	Отримані результати
«Вітчизняні будівельні матеріали»	Проведено 22 зустрічі з діючими партнерами та отримано 64 контакти різних категорій клієнтів, у тому числі 10 кінцевих покупців. Окреслено конкурентні переваги ТОВ «Керамейя» на російському ринку
«BUDMA 2017»	Проведені зустрічі з партнерами, на якій обговорили результати співпраці та стратегічні плани. Визначено споживчі вподобання польських споживачів. Отримані дані передано виробничому відділу для впровадження.
«World Build Краснодар / Yug Build»	Іміджева підтримка дистриб'ютора в регіоні. Оцінка конкурентного середовища на ринку фасадної кераміки Південного Федерального округу. Оцінка роботи за минулий період, попередня оцінка рівня ринку і діючих цін. Проведення семінару-презентації для представників відділів продажів партнерів. Зворотні зв'язки з клієнтами.
«KyivBuild Ukraine 2017», Україна	Уточнено запити споживачів. Виконана оцінка конкурентного середовища. Укладено угоди з новими споживачами.
«InterBuildExpo 2017»	Виконано комплексний аналіз ринку: вподобань споживачів, конкурентного середовища, цінової політики. Складено план роботи з існуючими та потенційними партнерами на 2017 р.
«Слобожанський міст - 2017»	Зростання рівня сприйняття іміджу ТОВ «Керамейя» серед економічних контрагентів та контактних аудиторій

Обсяги продажу в тис. ум. од. по рокам [2]: 2014 р. – 40257, 2015 р. – 49100, 2016 р. – 59345, 2017 р. – 80782.

Узагальнення викладеного дає підстави зробити такі висновки:

- досліджено теоретичні засади управління виставковою діяльністю підприємств, на їх основі запропонована укрупнена блок-схема алгоритму управління виставковою діяльністю на промисловому підприємстві, розроблено послідовність і зміст процедур управління, а також їх інформаційне забезпечення;

- спираючись на результати аналізу виставкової діяльності ТОВ «Керамейя» доведено її високу ефективність, що підтверджує адекватність авторського підходу до управління нею.

Отримані результати поглиблюють теоретико-методологічні засади управління виставковою діяльністю промислових підприємств в частині розроблення підходів до формалізації процедур управління. Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення і наукове обґрунтування критеріальної бази і методичних засад управління виставковою діяльністю промислових підприємств.

Список літератури

1. Сайт ТОВ «Керамейя». [Електронний ресурс] – Режим доступу до матеріалу: <https://kerameya.com.ua/uk>
2. Ілляшенко С.М. Аналіз задоволеності споживачів та її впливу на результативність діяльності промислового підприємства / С.М. Ілляшенко, І.В. Меркун // Економіка: реалії часу. – 2018. - № 3. – С. 5-14.

Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідних тем: «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928); «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (№ ДР 0118U003572).