

СЕКЦИЯ «ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА»

ВЫСТАВКИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Емельяненко Е.Н., Тимошевская Д.Л.

Соколов Н.М. – канд. экон. наук, доц.

Экономический кризис в мире, в том числе и в нашей стране - Беларуси начал набирать свои обороты, и в настоящее время многие компании и предприятия испытывают огромные потери возможной прибыли.

Перечисляя множество инструментов продвижения продукции, мы считаем, что белорусские компании и предприятия отказываются уделять должное внимание такому инструменту в продвижении кондитерских изделий, как выставочной деятельности.

В таблице 1 приведены данные, на основе которых был проведен анализ участия белорусских компаний и предприятий в выставке «Пищевая индустрия».

Таблица 1 – статистика о проведении выставки «Пищевая индустрия» за 2011-2015 гг.

Год проведения	Количество участников		Количество посетителей, чел	Общий размер экспозиционной площади (нетто), кв.м
	Всего	В т.ч. РБ		
2011	96	52	Более 8 000	2 954
2012	82	38	Более 7 500	2 180
2013	74	29	Более 7 000	1 718
2014	68	18	Более 6 500	1 502
2015	59	12	Более 4 000	1 049

На рисунке 1 изображена динамика количества участников выставок на примере выставки «Пищевая индустрия», организатор ЗАО «МинскЭкспо».

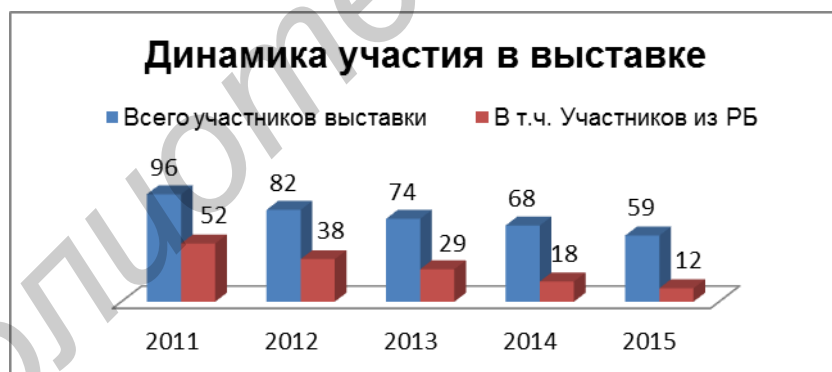


Рис.1 – Динамика участия в выставке «Пищевая индустрия»

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, участники, желая экспортировать свои продукты, теряют интерес к участию в белорусских выставках пищевой индустрии. На данный момент сокращаются объемы выставочных площадей и как следствие сокращается количество посетителей на выставках, а, следовательно, компании и предприятия теряют своих потенциальных клиентов. По мнению белорусских компаний-экспонентов, участие в зарубежных выставках является более прибыльным и повышающим узнаваемость компании на зарубежных рынках, а белорусские выставки для них – лишняя трата денег и времени, исходя из малого бюджета компаний на продвижение товаров. Цены на оборудование и площадь в Беларуси совпадают с ценами в других странах.

Из проведенных исследований, можно с уверенностью заявить, что белорусские компании и предприятия ходят «по замкнутому кругу».

Решение данной проблемы является снижение стоимости квадратного метра оборудованной выставочной площади за счет финансирования Министерства сельского хозяйства и концерна пищевой промышленности Республики Беларусь «Белгоспищепром» для повышения уровня значимости выставок на территории нашего государства.

Список использованных источников:

- 1.Официальные данные выставочного организатора Беларуси ЗАО «МинскЭкспо», 2015
- 2.Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов. — М., 1997. - 313 с.

КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКИ КАК ШАГ К ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

ДайехНадья

Архипова Л.И. – канд. экон. наук, доц.

Общие тенденции развития мировой экономики показывают, что инновации и знания становятся основными факторами конкурентоспособности любого региона. Если верить индексу процветания стран мира Института Legatum, экономика Беларуси по итогам 2015 года занимает 89 место, при этом, в 2013 году страна заняла 114, а в 2014 году – 93 место. Что необходимо экономике Беларуси для того, чтобы активно подниматься по ступенькам экономического развития? Ответ всем известен – инновации.

Сегодня на всех инфраструктурных уровнях инновационного развития много говорится и делается по внедрению инноваций, по экономике будущего, но продвижение вперед результаты слабо ощутимы. Необходимо понимание того, что новая экономика требует от нас трансформации смыслов, приоритетов, мышления, новых бизнес-моделей, а также новых экономических отношений. И эти новые отношения удобнее всего проиллюстрировать на примере кластеров.

Страны, вставшие на путь интенсивного инновационного развития, начали создавать новую модель организации экономики – не отраслевую, а кластерную. По оценке экспертов, к настоящему времени кластеризацией охвачено уже более 50% мировых экономик, что обеспечило им значительный прирост ВВП.

Что же такое кластер? Для многих это просто новомодный термин, однако понятие «кластер» вошло в полноценный оборот уже в 1990-х годов благодаря работам Майкла Портера. Согласно его определению, кластеры — это географическая группа взаимозависимых компаний и ассоциированных с ними институтов в определенной отрасли, которые связаны общими целями и дополняют один другого.

Современная экономика развитых стран устроена по кластерному принципу. Наверное, самым известным кластером является Голливуд: несколько крупных кинопроизводителей окружено невероятным числом средних и малых компаний, оказывающих массу необходимых услуг на этапе сценария, кастинга, съемки, рекламы, проката и так далее.

Основные выгоды кластерной модели развития бизнеса и регионов для участников кластеров таковы:

1. Рост, развитие, производительность и конкурентоспособность. Успехи и неудачи подобных предприятий — учат, стимулируют, обогащают, развивают.
2. Спрос на ресурсы и услуги со стороны участников кластеров стимулирует развитие и доступность услуг инфраструктуры, а географическая близость позволяет экономить на издержках.
3. Прямое сотрудничество с другими участниками кластера, разделение задач позволяет снижать издержки на разработку и внедрение инноваций, закупки, производство, маркетинг, и в итоге увеличивать сбыт.

Стоит глубже разобраться в том, что же мешает более эффективному развитию кластеров в Беларуси. Для начала, необходимо отметить, что это явная неосведомленность субъектов экономики о данной организационной модели. По мнению немецких экспертов, организацией кластеров не должно заниматься государство, а наоборот, сами предприниматели должны заявлять о желании объединиться. Все верно. Однако это немецкий опыт, а не белорусский. Реалии экономики Беларуси таковы, что предприниматели сегодня не демонстрируют потребности и не заявляют о необходимости создания кластеров и участия в их деятельности.

Вопрос – почему так происходит? Чтобы не попасть под какие-либо “санкции”? Отсутствие правовой базы для инновационно-производственной кластерной деятельности? Отсутствие четкого регулирования данного механизма в налоговой системе? Эти вопросы, по-видимому, являются наиболее существенными и сдерживающими факторами развития кластеров в Республике Беларусь.

Если не предпринимать конкретных мер по развитию кластерного подхода, можно оказаться на дне пирамиды Маслоу, где в первую очередь удовлетворяются первичные потребности, а развитие, тем более инновационное, уходит на дальний план. Создание условий для бизнеса (налоговые льготы или каникулы) и обеспечение информационной поддержки данного направления, должно способствовать развитию кластеров с участием малого и среднего бизнеса. Кластерные структуры должны также повысить конкурентоспособность крупных государственных предприятий, и вывести друг друга из застоя в кризисный период. К тому же - это послужит отличным примером для частных предпринимателей. Что же касается стимуляции кластеризации в стране, то приятным бонусом для предпринимательских структур послужили бы условия, схожие с СЭЗ.

Список использованных источников:

1. Жданова Т.О. Кластеры, новые экономические отношения и бренды городов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pekar.in.ua/Clusters.htm>
2. Что мешает развитию кластеров в Беларуси? [Электронный ресурс] / Режим