

МЕЖДУНАРОДНАЯ СЕКЦИЯ

АКТИВИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ-ЭКСПОНЕНТОВ НА ОСНОВЕ БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОЕКТОВ

Н.Д. Гурина, к.е.н., доцент,

Н.Н. Кирилко, ассистент

Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина

На современном этапе развития рыночных отношений в Украине, учитывая процессы интеграции в мировом экономическом пространстве, одной из динамических сфер развития экономики является выставочно-ярмарочная деятельность, поскольку она имеет важное значение в укреплении международных связей, для внутренней и внешней торговли, пропаганда передовых технологий новых видов продукции.

В настоящее время выставочная деятельность в Украине сформировалась как самостоятельная отрасль экономики, которая является перспективной и быстро развивается.

Ежегодно возрастает объем услуг, который предоставляется выставочными компаниями, увеличивается количество выставочных и конгрессных центров, оборудованных современными средствами и коммуникациями. Стремительно развивается инфраструктура выставочной деятельности. Наблюдается уменьшение периодических выставочных мероприятий и увеличение ежегодных и сезонных, что свидетельствует о стабильности тематики выставок. Значительно увеличилось количество выставок в г. Киеве и Киевской области. Средняя продолжительность выставок колеблется, в основном, в пределах 3-5 дней. Половина выставочных мероприятий по тематике относится к отраслевым, специализированным, почти четыре из каждых десяти – к многоотраслевым, остальные – к универсальным выставкам. Выставочные технологии внедряются практически на многих предприятиях, однако их эффективность определяется опытом и квалификацией менеджеров. В настоящее время накоплен большой практический опыт в сфере выставочного бизнеса, однако остро стоит потребность в разработке теоретических вопросов выставочной деятельности.

Поэтому проблемы формирования конкурентоспособного персонала, занятого в выставочном бизнесе, а также проведение научных исследований разных аспектов выставочной деятельности является актуальным и требует многоступенчатой профессиональной подготовки.

Кафедрой менеджмента Киевского национального университета технологий и дизайна разработаны программы обучения бакалавров и магистров направления подготовки 030601 «Менеджмент» специализации

«Менеджмент выставочной деятельности». Учебные дисциплины предусматривают изучение вопросов современных выставочных технологий и оборудования, экономики, организации и менеджмента выставочной деятельности, выставочного дизайна и композиции, нормативно-правового обеспечения выставочного бизнеса, менеджмента качества выставочных мероприятий, профессионального мастерства стендистов, интернет-технологий в выставочной деятельности и др.

Инструментом организации выставочных мероприятий в настоящее время является менеджмент выставочной деятельности как новая система знаний, которая призвана решать проблему эффективного управления в данной сфере. Важнейшей функцией менеджмента выставочной деятельности является бизнес-планирование.

Бизнес-планирование выставочного проекта соединяет в единую систему функционирование производства и реализацию продукции, позволяет формировать и осуществлять инвестиционно-инновационную политику, способствует повышению конкурентоспособности и развитию предприятий-экспонентов (участников выставок). Бизнес-планирование выставочной деятельности помогает предприятию-экспоненту решить следующие важные задачи:

- определить конкретные направления деятельности, целевые рынки и место предприятия на этих рынках;
- сформулировать долгосрочные и краткосрочные цели предприятия, стратегию и тактику их достижения;
- определить ответственных за реализацию стратегии предприятия;
- выбрать экспонаты и спроектировать экспозицию;
- составить смету расходов по участию в выставке;
- сформировать выставочную команду;
- определить состав маркетинговых мероприятий предприятия на основе изучения конъюнктуры рынка, рекламы, стимулирования труда, ценообразования, каналов сбыта;
- оценить материальное и финансовое положение предприятия и соответствие финансовых и материальных ресурсов поставленным целям;
- определить источники финансирования участия в выставочных мероприятиях, рассчитать ожидаемые финансовые результаты: объемы продаж, прибыли и т.д.;
- предвидеть трудности, которые могут помешать выполнению участия в выставке.

Каждое задание бизнес-планирования может быть решено лишь во взаимосвязи с другими. Сущность бизнес-планирования сводится к разработке документа, который называется бизнес-планом.

Бизнес-планирование выставочной деятельности основывается на общей концепции развития предприятия и должно быть обеспечено необ-

ходимыми финансовыми ресурсами.

Главное преимущество бизнес-планирования выставочной деятельности заключается в том, что правильно составленный бизнес-план отвечает на вопрос: стоит ли принимать участие в выставочных мероприятиях, принесет ли участие прибыль, которая позволит окупить вложенные средства? Кроме того, процесс разработки бизнес-плана даёт возможность глубоко и всесторонне проанализировать цели участия предприятий в выставках во всех деталях на предмет их практического осуществления и является основой для заключения договоров с организаторами выставок и привлечение инвесторов.

Содержание бизнес-планов выставочных проектов предприятий определяется особенностями бизнеса, которым они занимаются. К основным факторам влияния относятся:

- состояние внешней среды предприятия;
- масштаб бизнеса;
- характеристики продукции (потребительский или инвестиционный товар, традиционный или инновационный продукт);
- источники финансирования (собственный, ссудный капитал, смешанное финансирование);
- специфические отраслевые факторы.

Следует отметить, что бизнес-план необходим для обоснования выпуска новой продукции, внедрения новой техники, прогрессивной технологии и других нововведений на действующих предприятиях-экспонентах, а также является эффективным способом донесения предпринимательской идеи для лиц, способных финансировать участие в выставочных мероприятиях.

На основе анализа технических возможностей предприятия, отзывов покупателей, результатов выпуска такой же или аналогичной продукции конкурентами, предложений работников службы маркетинга, результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, предприятие-экспонент обосновывает перспективность бизнес-идеи.

В случае принятия положительного решения по внедрению бизнес-идеи предприятие разрабатывает бизнес-план.

Структура и содержание бизнес-плана не имеет строгой регламентированной формы, однако в нём предусматриваются разделы, в которых раскрывается концепция и цель выставочной деятельности, характеризуется специфика продукции предприятия и удовлетворение ею потребностей рынка, оценивается ёмкость рынка и устанавливается стратегия поведения предприятия на определенных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый план выставочного проекта, в т. ч. стратегия финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы развития предпри-

ятия. Существуют разные способы декомпозиции структуры бизнес-плана. На рис. 1 представлена общая структура бизнес-плана выставочной деятельности предприятия-экспонента.

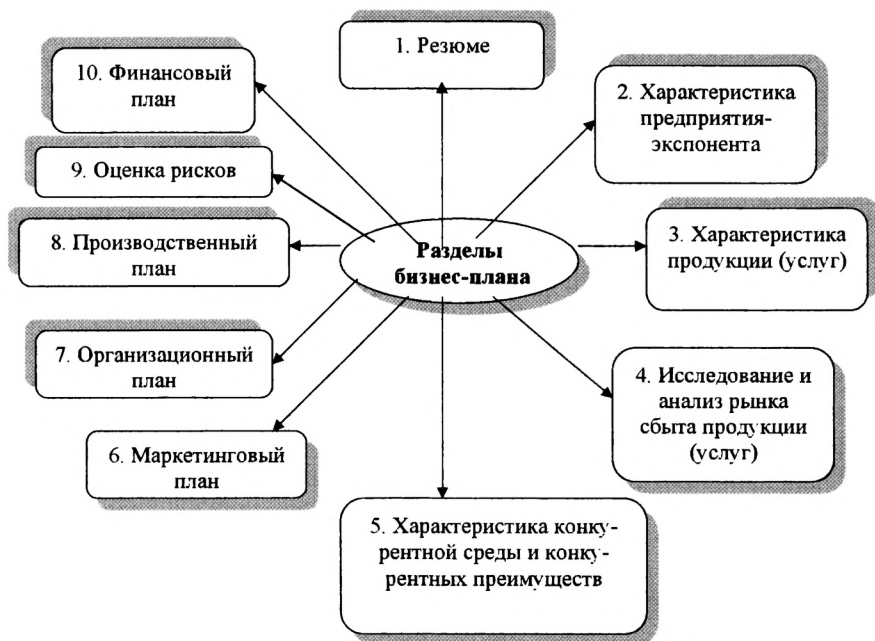


Рис. 1. Структура бизнес-плана выставочной деятельности предприятия-экспонента

Выбор методики разработки бизнес-плана предприятия, глубина и временной горизонт, вариативность зависят от цели, объемов инвестиций, масштабов производства, вида деятельности, финансового состояния, наличия конкурентов и др. Каждый проект является уникальным, поэтому разработка бизнес-плана – это творческий процесс.

Подготовив бизнес-план выставочной деятельности, предприятие-экспонент получает инструмент контроля управления, который обеспечивает постепенное продвижение к поставленной цели участия в выставке. Качественно разработанный бизнес-план помогает предприятию-экспоненту приобретать новые позиции на рынке, разрабатывать перспективные планы инновационно-инвестиционного развития, формировать концепцию производства новой продукции (услуг) и повышать уровень инновационной активности.

Для украинских предприятий инновационная активность является важнейшим способом развития. Следует отметить, что с 2007 года наблю-

дается тенденция увеличения количества инновационно-активных предприятий, чему в большей степени способствовало их участие в выставочных мероприятиях.

В «Стратегии экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы)» указывается на то, что доминирующим в Украине должен стать путь развития, который основывается на использовании стратегии наращивания инновационного потенциала по заранее определенным государством приоритетным направлениям научно-технического прогресса.

Развитие техники и создание новых технологий определили ведущую роль научно-технических нововведений как источника экономического роста. Ныне проблема коммерческого успеха предприятия может быть сформулирована как необходимость концентрации внимания на внедрение новых видов продукции и технологий.

Именно в этом состоит инновационная политика современного промышленного предприятия, которая обеспечивает эффективность нововведений во всех сферах своей деятельности. Важное значение для обеспечения инновационной активности промышленного предприятия состоит в формировании стратегии инновационного развития, которой способствует выставочная деятельность.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ТАМОЖЕННЫМ АДМИНИСТРИРОВАНИЕМ

Д. Досмырза, к.ю.н., доцент

Академия финансовой полиции, Республика Казахстан

В условиях рыночной экономики таможенное администрирование усиливает эффективность деятельности таможенных органов. И это закономерно. Реформирование и модернизация таможенных служб как следствие широкого использования новой технологии стали центральным вопросом таможенного менеджмента [1, с. 47].

Создание и совершенствование системы таможенного администрирования предполагают изучение и понимание сущности взаимосвязи всех его функций в ходе регулирования внешнеэкономической деятельности в поисках рациональных схем и методов таможенной службы.

Теоретическая часть таможенного администрирования включает такие составные, как определение его целей, принципов построения и механизмов применения. В прикладную часть входит разработка его структуры и методов, подготовка кадров, техника и технология таможенного администрирования, рационализация, повышение его эффективности с помощью применения математических методов и новых таможенных технологий.