

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*к.э.н, профессор Волкова Е.В.
аспирант Комякова Е.А.*

- **Международная выставочная деятельность организатора** – это деятельность специализированных коммерческих и/или некоммерческих организаций по организации, материально-техническому, информационному и маркетинговому обеспечению международных выставок, направленная на получение дохода, а также достижение социальной, экологической и имиджевой результативности, способствующая развитию выставочной организации (центра) и бизнеса организатора и создающая условия для предпринимательской деятельности, реализации и формирования экспортного потенциала экспонентов
- **Международная выставочная деятельность экспонента** – промышленного предприятия – это деятельность, направленная на подготовку, проведение выставочного мероприятия, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в международной выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала, и достижение стратегических целей участия при проведении международной выставки и в послевыставочный период.

- **Международная выставочная деятельность содействующих организаций** – это деятельность региональных органов и иных заинтересованных в проведении выставочного мероприятия организаций, которая носит некоммерческий характер, и направлена на поддержку организатора международной выставки
- **РЕГЛАМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**
- **1. Регламент организации международной выставки на предвыставочном этапе**
- **2. Регламент проведения международной выставки на выставочном этапе**

Подход к направлениям оценки международной выставочной деятельности промышленного предприятия

| Вид деятельности | Эффект выставочной деятельности | Способы оценки результативности выставочной деятельности |
|--|---|---|
| Посещение выставок | Новая информация для предприятия. Появление новых идей для осуществления нововведений | Оценка степени достижения цели, поставленной перед посещением выставки |
| Участие с экспозицией | Привлечение внимания к предприятию и его продукции. Обретение новых потребителей и партнеров | Метод экспертных оценок |
| Участие в презентационном, научном и дискуссионном разделе выставки | Демонстрация потенциала предприятия, его возможностей для удовлетворения потребностей заказчика. Представление проектов на конкурсе и получение призовых мест | Оценка степени достижения цели, поставленной перед участием в выставке, метод экспертных оценок |
| Участие в торговой выставке | Заключение договоров о поставке продукции | Использование формулы Миллера |
| Продолжительное регулярное участие во всех отраслевых региональных выставках | Расширение географии продаж. Увеличение объемов продаж и доли рынка | Сопоставление прироста дохода предприятия с расходами на выставочную деятельность |
| Организация выставки: Организатор – Торгово-промышленная Палата Организатор – коммерческая компания | Поддержание имиджа региона Получение прибыли | Использование авторской методики Использование авторской методики |

Методика оценки эффективности участия промышленного предприятия в международной выставке

| Показатель/Критерий оценки | Метод оценки/расчета |
|---|---|
| 1 этап (сразу после окончания выставки) | |
| <i>1. Достижение поставленных целей</i> | Сравнение поставленных целей с достигнутыми, выражается в количественных и качественных показателях |
| <i>2. Оценка посетителей стенда</i> | Авторские методы оценки |
| <i>3. Общее количество проведенных переговоров</i> | Данные об этом фиксируются в журнале регистрации |
| <i>4. Количество переговоров, закончившихся заключением контракта на приобретение продукции, услуги</i> | Авторские методы оценки |
| <i>5. Анализ активности посетителей:</i> | Авторские методы оценки |
| <i>6. Анализ организационной результативности стенда</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Авторские методы оценки |
| <i>7. Имиджевая результативность</i> | Авторские методы оценки |
| 2 этап (через 3-6 месяцев после выставки) | |
| <i>8. оценка эффективности участия в выставке</i> | Авторские методы оценки |
| <i>9. оценка прибыли (эффекта) от участия в выставке</i> | Авторские методы оценки |
| <i>10. Имиджевая результативность</i> | Авторские методы оценки |

Методика оценки эффективности проведения международной выставки для организатора

| Показатель/Критерий оценки | Метод оценки/расчета |
|--|-------------------------|
| <i>1. Показатели результативности организации выставки</i> | Авторские методы оценки |
| <i>2. Оценка эффективности организации выставки</i> | Авторские методы оценки |
| <i>3. Бюджетная результативность организации выставки</i> | Авторские методы оценки |

Методы оценки резервов выставочной деятельности

| Вид резерва | Метод оценки |
|-----------------|-------------------------|
| Организационный | Авторские методы оценки |
| Экономический | Авторские методы оценки |
| | |

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

ТЕХНОПАРК СГЭУ

443001, г.Самара, ул.Галактионовская, 118

Тел. (846) 224-15-38

www.sseu.ru/s/tehnopark/