

ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РФ

Подготовила студентка ФТД-4 группы Т-103

Лепичева Наталия

**Выставки и ярмарки — эффективный ресурс
для организации и проведения социо-культурных и
маркетинговых исследований**



**ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ
ИНДУСТРИЯ ДОЛЖНА БОЛЕЕ
АКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ДЛЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
БРЕНДОВ И РЕГИОНОВ РФ**

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Выставки и ярмарки – это рыночные мероприятия, на которых экспоненты представляют на основе выставочных образцов

Отличительной чертой ярмарок является то, что они, как правило, предполагают непосредственное осуществление прямых продаж экспонентами демонстрируемой продукции, хотя в настоящее время границы между понятиями «выставки» и «ярмарки» сведены до минимума

экспонаты преимущественно *квалифицированным специалистам – посетителям ярмарок*, многочисленные участвующие в ярмарке предприятия представляют *основные товары и услуги* одной или нескольких отраслей, *предлагаемые промышленным изготовителям и реализуемые преимущественно на основе выставленных образцов.*

Адресуют свои экспонаты преимущественно *обычным посетителям-неспециалистам*, многочисленные участвующие в выставке предприятия представляют и *реализуют характерные товары и услуги* одной или нескольких отраслей *или информируют потребителей с целью содействия сбыту товаров.*

Торшин: Необходимо разработать закон «О выставочной деятельности»

«Принятие такого закона позволило бы определить основные формы участия государства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, виды государственной поддержки ее участников, скоординировать деятельность федеральных и региональных органов исполнительной власти, торгово-промышленных палат»



Первый заместитель Председателя Совета Федерации Александр Торшин

Актуальность таких мер: "состояние выставочной инфраструктуры в России на 10-15 лет отстало от уровня социально-экономического развития страны" (с. А. Торшин)



А.Торшин считает необходимым более активно задействовать "выставочно-ярмарочную индустрию для продвижения национальных экономических интересов России, отечественных брендов страны, регионов и предприятий РФ".



Рис. 1. Схема диагностики состояния конкуренции в выставочной отрасли России на основе синтезированной модели конкурентных сил Портера-Доунса

Основные цели проведения выставочно-ярмарочной деятельности

1 Установление прямых деловых связей

2.Выход на новые внутренние рынки

3.Выход на внешние рынки

4.Нахождение инвесторов

5.Развитие производственной кооперации

6. Разработка основных направлений развития материально-технической базы выставочно-ярмарочной деятельности;

7.Реклама продукции

8.Изучение опыта конкурентов

9. обеспечение равных условий конкуренции для всех

участников выставочно-ярмарочной деятельности;

17,9%

13,4%

13,4%

12,4%

8,9%

7,9%

5%

4,5%

4,4%

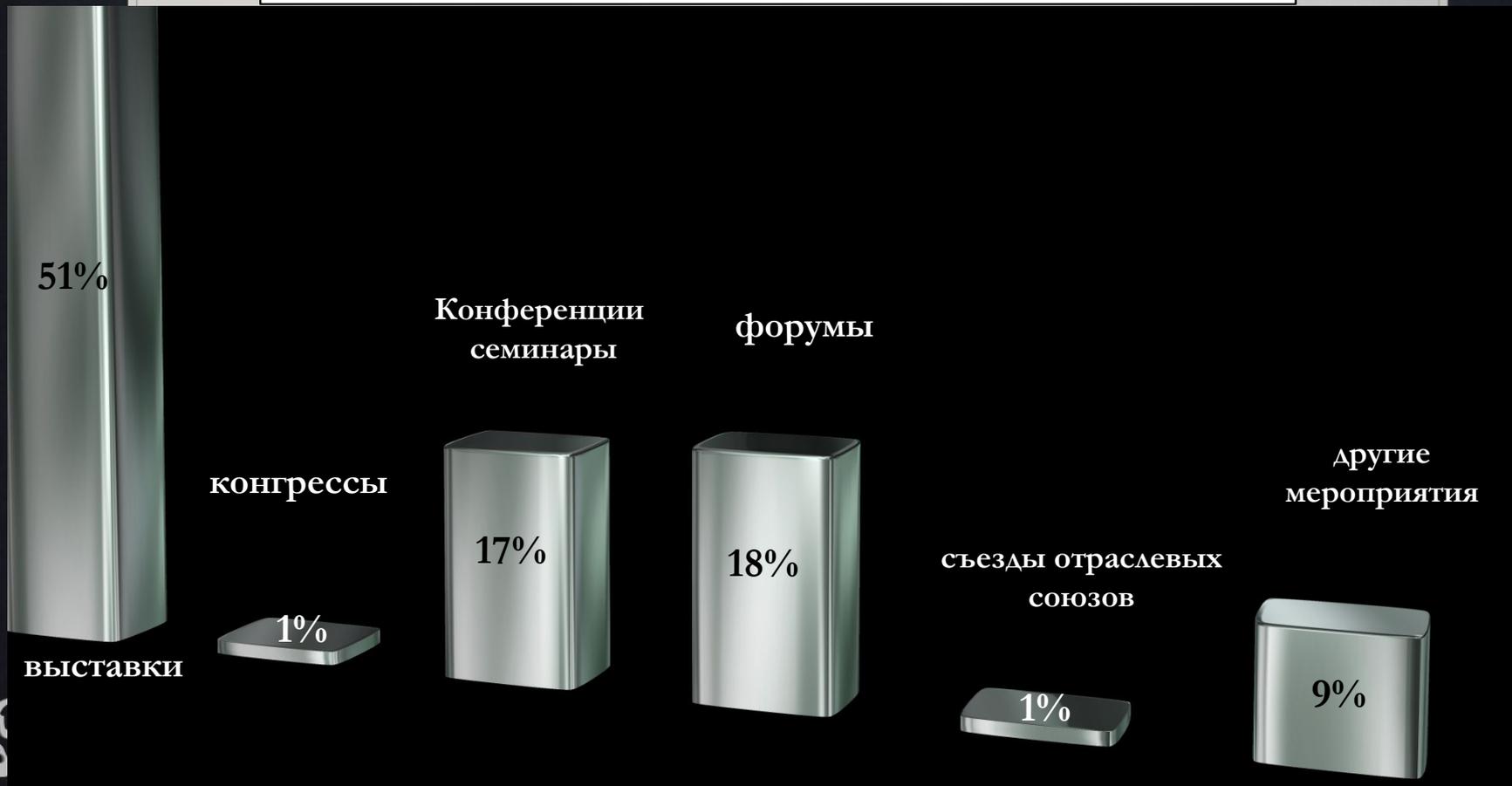
Основные выставочно-ярмарочные центры

Название	Местонахождение	Открытая площадь (тыс. кв. м)	Закрытая площадь (тыс. кв. м)
ГАО «ВВЦ»	Москва	158,1	108,5
ЗАО «Экспоцентр»	Москва	35	65
ОАО «Ленэкспо»	Санкт-Петербург	60	25
ООО «КВЦ «Сокольники»	Москва	5	16
ГП Центр «Москва»	Москва	2	15
ВАО «Нижегородская ярмарка»	Нижний Новгород	23	12
ОАО «Казанская ярмарка»	Казань	15	6,7
ОАО «Сибирская ярмарка»	Новосибирск	—	6,5
ОАО «СибЭкспоЦентр»	Иркутск	1	4,5
ООО «Башэкспо»	Уфа	2	4
ЗАО «Экспо-Волга»	Самара	4,5	0,6
ООО «Уралэкспоцентр»	Екатеринбург	2,5	1,1

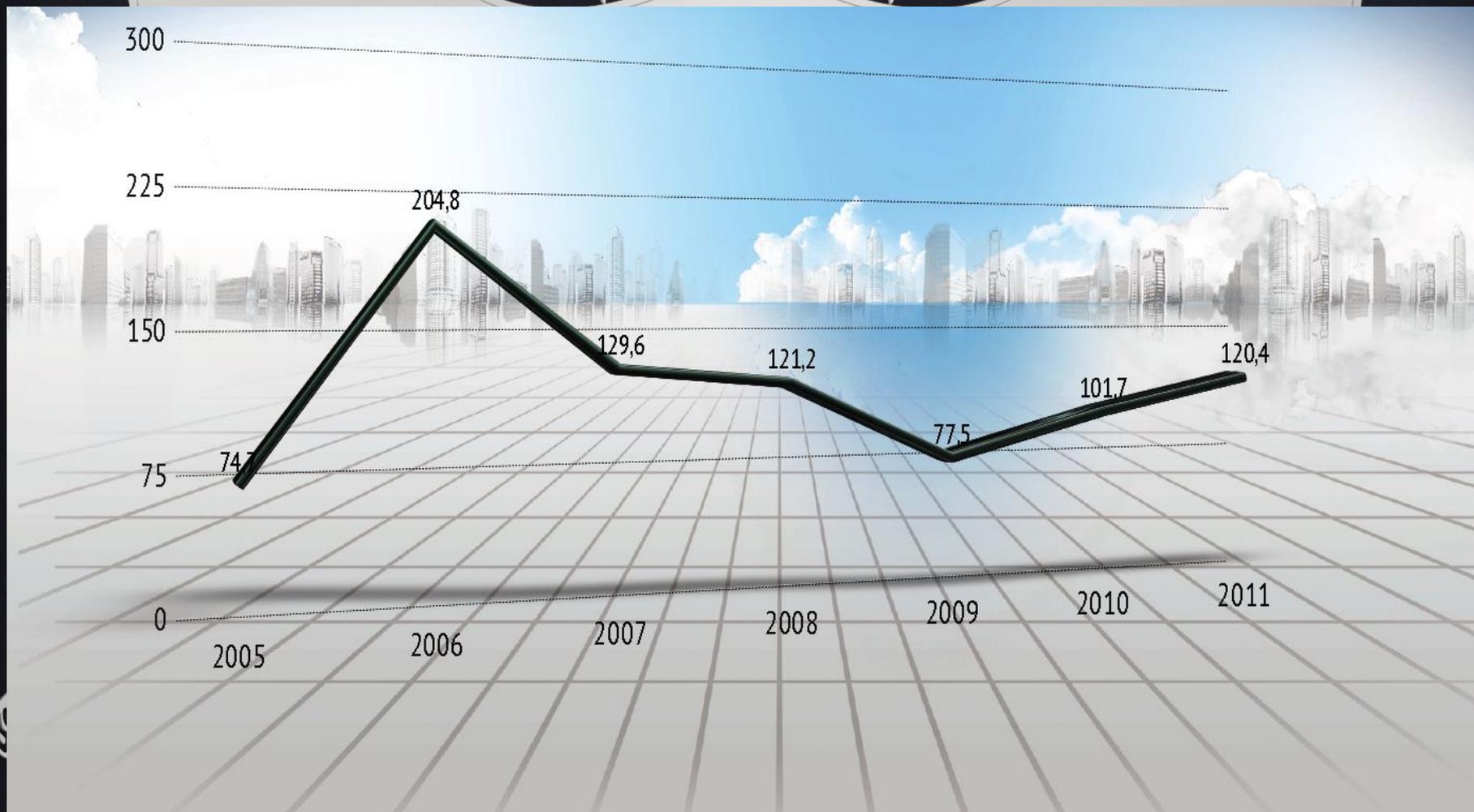
Основные тематические выставки России

Рейтинг 2011-2012 года	Тематики и товарные группы	Доля в общем количестве выставок 2009 г. (2008г.), %
1 (3)	Продукты питания, напитки	10,9 (8,9)
2 (1)	Строительство, ремонт, благоустройство	9,8 (9,8)
3 (2)	Мебель и предметы быта	7,8 (9,0)
4 (6)	Сельское хозяйство, садоводство	6,7 (6,3)
5 (9)	Потребительские товары	6,5 (5,8)
6 (–)	Текстильная и легкая промышленность	5,6 (–)
7 (8)	Медицина, гигиена, охрана труда	5,5 (6)
8 (5)	Экология, коммунальные службы	4,8 (6,5)
9 (–)	Транспорт, дорожное хозяйство	4,6 (–)
10 (10)	Спорт, туризм, отдых	4,5 (5,2)

Наиболее приоритетные мероприятия для участников выставок



Объем прибыли полученной с 2005-2011 годах в млн. руб



ПО ЭКСПЕРТНЫМ ОЦЕНКАМ, **ОБОРОТ** В СФЕРЕ
ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СОСТАВЛЯЕТ:

200–300 МЛН. ДОЛЛ. В ГОД



Экономическая эффективность от
деятельности 58 выставочных организаций,
являющихся членами Союза выставок и
ярмарок составляет:

2011 ГОД

=
=
50–60 МЛН. ДОЛЛ. США

В 2015 Г.

=
=
100–110 МЛН. ДОЛЛ. США.

Выставочные центры москвы

www.crocus-expo.ru



BUILDEXPO
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

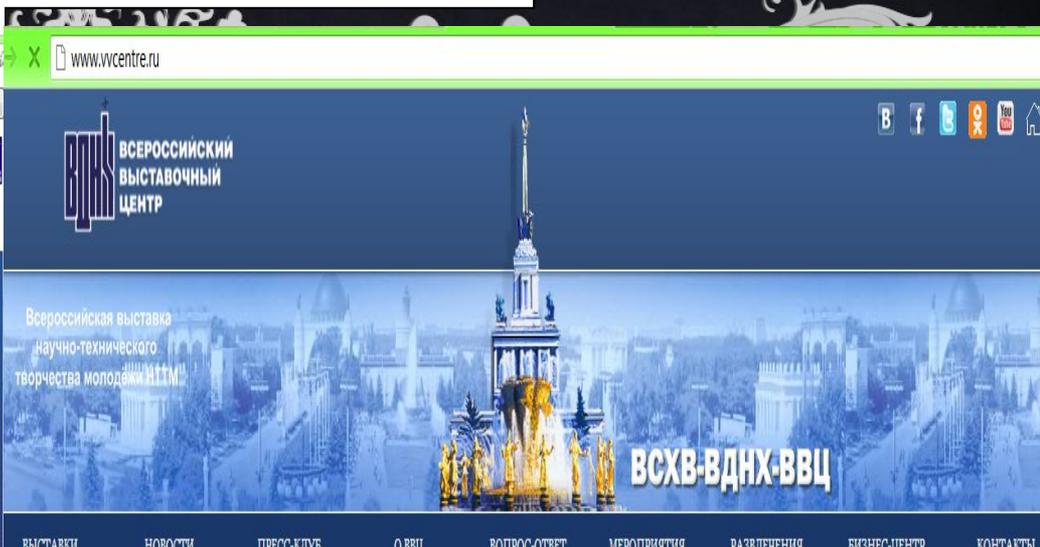
EN | Поиск | Главная

Выставочный центр | Выставки | Невыставочные мероприятия | Услуги | Крокус Конгресс Центр | Пресс-клуб | Контакты

Современный подход к реализации бизнес-задач

Новый уровень Ваших возможностей

Крокус Экспо
Международный выставочный центр
Тел.: +7 (495) 727-26-26



www.vcentre.ru

ВСЕРОССИЙСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

Всероссийская выставка научно-технического творчества молодежи НТТМ

ВСХВ-ВДНХ-ВВЦ

ВЫСТАВКИ | НОВОСТИ | ПРЕСС-КЛУБ | О ВВЦ | ВОПРОС-ОТВЕТ | МЕРОПРИЯТИЯ | РАЗВЛЕЧЕНИЯ | БИЗНЕС-ЦЕНТР | КОНТАКТЫ

www.sokolniki.com

 **www.sokolniki.com**
Конгрессно-выставочный центр

 On-line
 Карта сайта
 Skype
 Чат
 Москва

 О компании | Выставки | Конференции | Посетителям | Организаторам | Услуги | Контакты | EN

Английский клуб

BLAH-BLAH-CLUB



Конгрессы и конференции



Корпоративные мероприятия



Свадьбы в Сокольниках



Выставочные центры москвы



ЭКСПОСТРОЙ
ТОРГОВО-ВЫСТАВОЧНЫЙ
КОМПЛЕКС

Более 1000 фирм
работают для вас
ежедневно

Нахимовский пр-т, 24 (495) 229-05-09 [План этажей](#)

[Сцена проезда](#)

Дизайн

Интерьер

Строительство

Ремонт

www.tishinka.com



1. Торговый центр

2. Реклама и аренда

3. Контакты

Первый этаж

Второй этаж

Выставочный этаж

О торговом центре

Адрес
м. Краснопресненская
(или Белорусская)

Тишинская площадь, дом 1
проезд от станции "Краснопресненская"
троллейбусом номер 35 до остановки "Тишинская площадь"
или от станции "Белорусская" троллейбусом
номер 54, "Тишинская площадь"



Торгово-выставочный комплекс "Тишинка":
О торговом центре

Новая услуга - круглосуточный паркинг!

- Об ЭКСПОСТРОЕ
- Новости
- Карта ремонта
- Каталог**
- Выставки
- Арендаторам
- Дизайн / Декор
- Контакты

www.olimpik.ru



30 ОКТЯБРЯ СК «ОЛИМПИЙСКИЙ»

зал "север"



ГРАДУСЫ



Подписаться на новости »

- Главная
- Коммерческие услуги
- Спорт для всех
- Афиша
- Касса
- О нас
- Пресс-центр
- Контакты

Найти

Выставочные центры Москвы



АРЕНДА

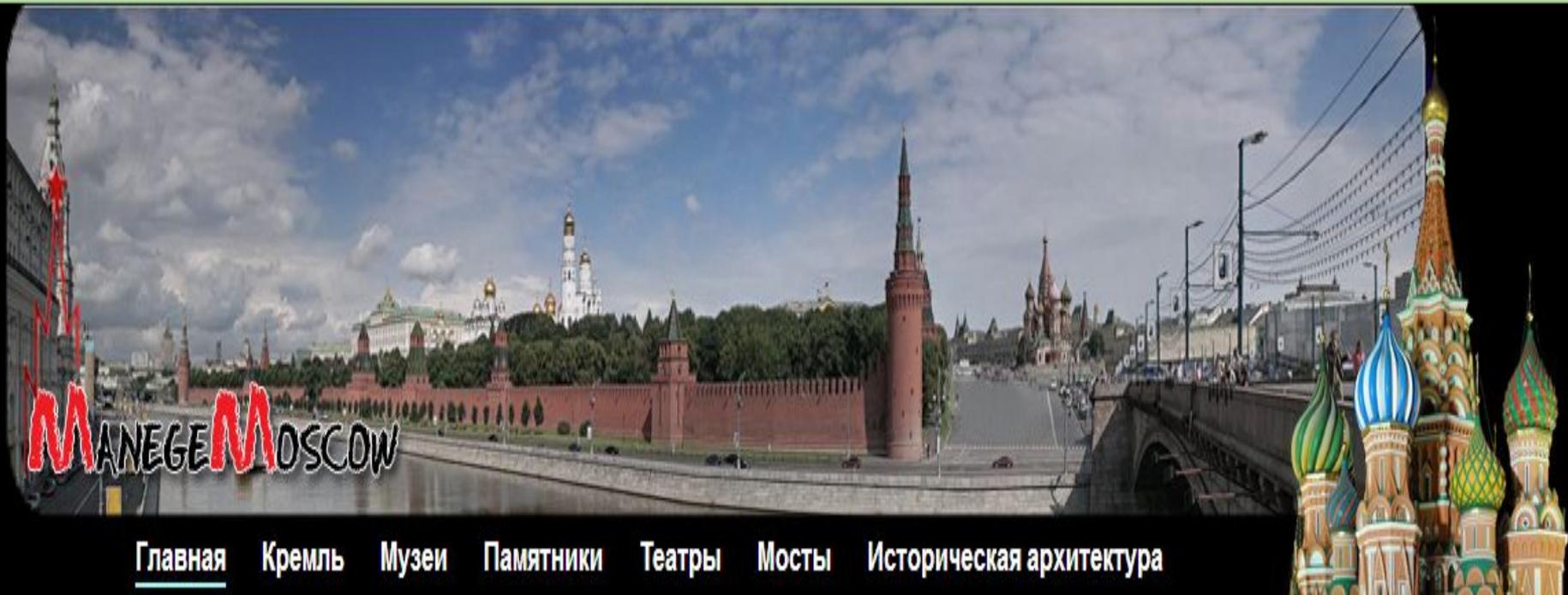
КОНГРЕСС-ЦЕНТР

ГОСТИНИЦА

▶ О ЦМТ



www.manegemoscow.ru



ВЫВОД:

Выставки и ярмарки – это маркетинговые мероприятия, на которых участники представляют на производимые ими товары и услуги.

Выставочно-ярмарочной деятельности является одной из самых динамичных сфер развития мировой экономики, поскольку она играет важную роль в укреплении международных связей, внутренней и внешней торговли, пропаганде передовых технологий и новых видов продукции.

Эффективность и результативность мероприятий по координации выставочно-ярмарочной деятельности определяется уровнем централизации деятельности в этой сфере.

В рамках выставок и ярмарок организации экспоненты демонстрируют производимые товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту.