



# Тема урока

## **«Ярмарки и выставки как инструмент маркетинга»**

**Тюкачева Людмила Сергеевна -  
учитель высшей квалификационной  
категории МБОУ г. Мценска  
«Средняя школа №3»**

# Становление и развитие ярмарок и выставок

- В XII веке ярмарки получили широкое распространение в Англии, Франции, Швейцарии, Римской империи.
- Такая деятельность особенно активной стала в XIX веке. Стали проводиться всемирные выставки: 1851 г. в Лондоне, 1867 г. в Париже, 1879 г. в Филадельфии.
- В настоящее время лидером по числу выставок и ярмарок является Западная Европа (Германия, Франция, Италия, Англия, Испания, Бельгия и др).



# Ярмарочная торговля в России

- Ярмарочная торговля в России имеет древние корни. В 1641 г. – первая российская ярмарка недалеко от Нижнего Новгорода. С 1822 года начинает работать Нижегородская ярмарка.
- В начале XIX в.- бурный рост золотодобывающей промышленности в Сибири. В 1844 году на Руси появляется Ирбитская ярмарка.
- С 1991 года возрождение ярмарочной торговли в России. В 1993 г. ВАО «Нижегородская ярмарка» вручена высокая награда «Арка Европы Золотая Звезда».

# Выставки и ярмарки как инструмент маркетинга

- Цель ярмарки- предоставление ее участникам выставить образцы производства с целью заключения торговых сделок
- Цель выставки — показать научно-технические достижения страны, отрасли производства, науки и техники

# Классификация выставок и ярмарок

**По составу участников, месту проведения и экономическому значению различают выставки и ярмарки:**

- Региональные
- Межрегиональные
- Национальные
- Международные

**По характеру выставляемых экспонентов:**

- Универсальные (несколько отраслей экономики)
- Специализированные (конкретная область)

# Региональные ярмарки



**Имеют сферу действия в радиусе 100 км, представляя одну или несколько отраслей, и предназначены для демонстрации возможностей малых предприятий**



# Межрегиональные ярмарки



**Имеют одинаковую структуру с региональными, однако располагают большим радиусом действия и адресуются более крупным предприятиям**

# Национальные ярмарки и выставки

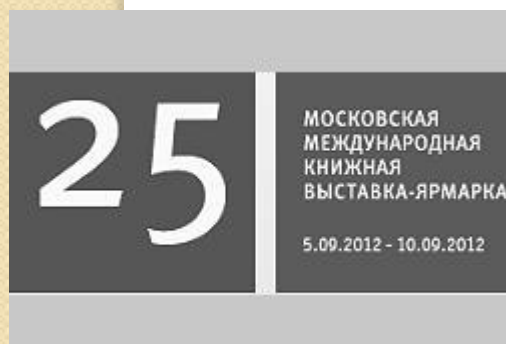


Русский национальный союз пчеловодов  
ежегодно проводит национальную  
медовую ярмарку/продажу в г. Москве

**Национальные  
выставки и ярмарки  
проводятся внутри  
страны и за рубежом с  
целью демонстрации  
продукции  
национального  
производства и  
стимулирования ее сбыта  
и обычно имеют  
межотраслевой характер**



# Международные ярмарки/выставки



**Организуются как внутри страны, так и за рубежом. В них без ограничения могут участвовать фирмы любой страны.**

# Выставки



**Являются особым, оригинальным орудием маркетинга: на выставке «живьем» представлено само изделие; можно в натуральном виде увидеть, как действуют станки, приборы; происходит личное общение партнеров по рынку.**

# Участие в выставке позволяет осуществить разные цели

## Экспоненты могут:

- Ознакомиться с новинками,
- Заключить сделку по окончанию выставки,
- Проводить исследования рынка, обмениваться мнениями,
- Расширить сеть представителей,
- Наблюдать за конкурентностью,
- Провести саморекламу, утвердить свой имидж,
- Прочитать тематические доклады о своей фирме,
- Поддержать и развивать контакты с покупателями





# Посетители выставки имеют ВОЗМОЖНОСТЬ:

- Получить более полное представление о рынке,
- Провести сравнение цен , путей доставки товара,
- Найти новые виды продукции, ознакомиться с новыми областями применения уже существующей продукции,
- Посетить тематические семинары,
- Расширить личные деловые контакты,
- Сделать заказы



Главная задача выставки -  
дальнейшее продвижение товара, услуги  
предприятия или организации на  
занимаемом им сегменте рынка

