



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, 1876 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

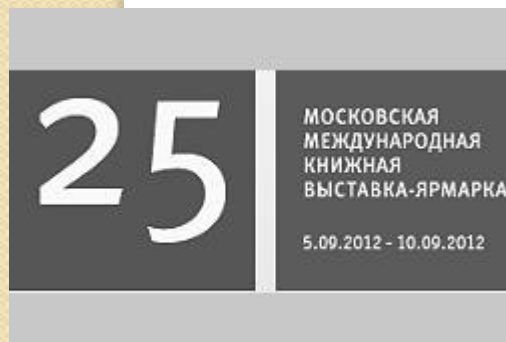
Национальные ярмарки и выставки



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 окончании 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**

