


торгово-промышленная ярмарка и выставка



Григорьева Е.,
Гр. МЭ 071



**торгово-
промышленная
ярмарка и выставка**

демонстрация образцов товаров в целях придания им известности.

В соответствии с обычаями региона, на территории которого организуется ярмарка, она действует в установленный срок, в течение установленного времени в одном и том же месте.

• Ярмарка — это место, где наиболее эффективно определяются потребительская ценность, конкурентоспособность товара. Здесь сразу заключается договор на его реализацию, осуществляются консультирование, деловые контакты.

Выставка и ярмарка — коммерческо-зрелищные мероприятия.

Разница между ними состоит в том, что выставка может быть организована в любом городе, районе и по любому поводу, а ярмарка проводится регулярно в одном и том же месте.

- **Общепромышленные ярмарки** подразделяются на технические ярмарки и ярмарки товаров широкого потребления;
- **специализированные** — на ярмарки сельского, лесного хозяйства и оборудования для них;
- ярмарки продовольствия, общественных ресторанов и оборудования для них;
- ярмарки текстиля, обуви, кожевенного сырья и оборудования для них;
- ярмарки общественных работ» строительства и оборудования для них; ярмарки жилищ, сбыта и оборудования для них;
- ярмарки здравоохранения, гигиены, охраны окружающей среды, техники безопасности, а также оборудования, относящегося к транспорту;
- ярмарки информационных систем, средств связи, книжного дела, а также оборудования для них;
- ярмарки спортивных товаров, товаров для отдыха, досуга, а также оборудования для них;
- ярмарки промышленности, торговли, услуг и оборудования для них.

Своим участием в выставках и ярмарках предприятие должно преследовать определенные цели, такие, как:

укрепление репутации товара (отзывы покупателей о товаре оформляются и издаются в виде брошюры, которая распространяется среди посетителей стенда);

демонстрация нового товара; детальное изучение рынка товаров, представляемых на ярмарку;

сопоставление собственной практики сбыта с опытом ведущих предприятий, представивших экспонаты;

поиск новых дилеров, агентов и т. п.;

завязывание контактов в деловом мире (определяется их оптимальное количество, области деловой активности); заключение сделок (указывается желательная сумма сделки, а также соотношение между немедленной поставкой и поставками со средне- и долгосрочной перспективой)

экономический эффект

- экономический эффект от проведения выставочно-ярмарочного мероприятия: полезный результат экономической деятельности, измеряемый обычно разностью между денежным доходом от деятельности и денежными расходами на ее осуществление, получаемый выставочными организациями, смежными отраслями экономики и ростом числа занятых рабочих мест.
- социально-экономический эффект выставочно-ярмарочной деятельности: Положительное влияние выставочно-ярмарочной деятельности на экономику, уровень и качество жизни населения.
- мультипликативный эффект выставочно-ярмарочной деятельности : стимулирующие влияния выставочно-ярмарочной деятельности на развитие промышленности, рост экспорта, международную торговлю, внедрение новых технических решений, престиж фирмы, имидж выставочного города.

Виды стандартных выставочных услуг

- организационные услуги на выставке/ярмарке.
- протокольные услуги
- информационные услуги, справочные услуги
- монтажно-демонтажные услуги
- инженерно-технические услуги
- транспортно-экспедиторские
- автотранспортные услуги
- дизайнерские услуги
- учебно-познавательные
- Переводческие
- рекламные
- Банковские
- Складские
- Типографские и др.



Традиционным инструментом и целью активного участника выставки является предложение заключить с заинтересованным партнёром договор, касающийся товара, услуги, проведения работ, инновации, ноу-хау или просто о сотрудничестве или партнёрстве.

- **Эффективность действия такого инструмента зависит как раз от знания вышеперечисленных особенностей, обычаев и законов по которым живёт и работает потенциальный клиент, а именно:**
- **какие виды договоров в его праве наиболее популярны для стандартной сделки с «гостем» на выставке,**
- **какие из них он использует и скорее всего предложит «гостю» сразу на выставке или после неё,**
- **в каких ситуациях какие альтернативы можно использовать как встречное предложение,**
- **какие риски кроются в его «стандартных договорах» или в местных законах,**
- **что делать если готовность к подписанию есть, а частных вопросов требующих многодневных выяснений и доработок слишком много.**

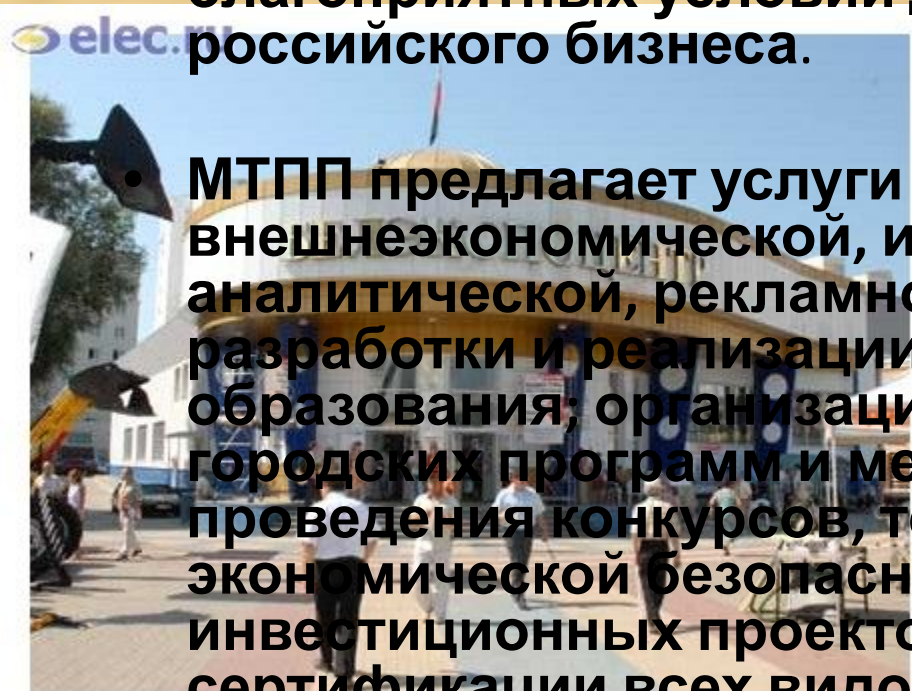
Договор о намерениях

- **не содержащее обязательств заявление одной или обеих сторон о конкретном интересе в заключении договора того или иного содержания**
- **содержание «предварительного» обязательства может быть как минимальным, напр. простое обязательство продолжить доработку частностей сделки после выставки, так и максимальным: более конкретное изъяснение готовности взять на себя обязательство по соблюдению напр. временных рамок, расходов по самим переговорам, привлечение экспертов и.т.д. для одной цели – совершить ту или иную сделку, согласно интересам сторон**
- **может устранить риски срыва сделки**
- **является индикатором, определяющим готовность и наличие полномочий партнёра в переговорах. Пользование таким «индикатором» в конкретной ситуации лучше всего предоставить профессиональному юристу**

Торгово-промышленная палата

- **Московская ТПП – действенная и многофункциональная структура, способная реально поддерживать предпринимательство и защищать его интересы, готова принять в свои ряды новые организации, заинтересованные в развитии отечественной экономики, формировании благоприятных условий для укрепления позиций российского бизнеса.**

- **МТПП предлагает услуги в области: внешнеэкономической, информационно-аналитической, рекламно-издательской деятельности; разработки и реализации PR-программ; делового образования; организации конференций и конгрессов; городских программ и межрегиональных связей; проведения конкурсов, тендеров, аукционов; экономической безопасности; содействия реализации инвестиционных проектов; экспертизы и сертификации всех видов товаров; рассмотрения и**



Сотрудничество в области ВЯД

- 3 ноября прошла Первая региональная Ярмарка финансовых услуг, организованная Тамбовской областной торгово-промышленной палатой. Основной целью Ярмарки стало выстраивание конструктивного диалога между банками и предприятиями региона и, как следствие, развитие и тех, и других.
- Российский Союз выставок и ярмарок
- Гильдия выставочных и ярмарочных организаций МТПП
- ЗАО "Экспоцентр"
- ОАО "Центр международной торговли"
- ООО "Проминэкспо"