

Значение выставок в индустрии спорта

Кравец Денис Александрович

Российская Академия Народного Хозяйства при Президенте РФ

Магистрант

Аннотация

В данной статье разбирается вопрос, что из себя представляют выставки, а именно спортивные, для чего они нужны и какую выгоду в себе несут. Для полного раскрытия темы приведены примеры лучших международных и российских выставок.

Ключевые слова: спорт, выставочная деятельность, спортивные выставки, международные и российские выставки, спортивный продукт, спортивное оборудование

Importance of exhibitions in the sports industry

Kravets Denis

RANEPH under the President of the RF

Master student

Abstract

This article examines what are exhibitions, namely sports exhibitions, what benefits from it and why it is so necessary for companies. There are examples of the best international and Russian exhibitions for full disclosure of the topic.

Keywords: sport, exhibition industry, sports exhibitions, international and Russian exhibitions, sports product, sports equipment

На современном этапе выставочная индустрия представляет собой одну из динамично развивающихся отраслей рыночной инфраструктуры хозяйствования в мире, об экономической эффективности этой деятельности свидетельствуют порождаемые ею довольно заметные финансовые потоки, что приводит к значительным поступлениям в бюджеты всех уровней [1]. Выставочная деятельность в современном мире становится одним из важнейших факторов эволюции мировой экономики и ключевым направлением международного сотрудничества. Мировой уровень проведения выставок обеспечивается благодаря деятельности Всемирной Ассоциации выставочной деятельности (UFI) [2].

Выставки являются отличным способом для изготовителей и покупателей вступить друг с другом в коммерческие отношения. Возможности и функции выставки зависят от её типологии, предназначения и ориентированности. Такое мероприятие, как правило, представляет из себя большую площадку, где каждому производителю предоставляют место. А

они, в свою очередь, каждый сам для себя решают, как презентовать свою продукцию: в виде интерактивного показа, живой демонстрации или просто отчёта и так далее. Одни представители год за годом участвуют в выставках, демонстрируя свою продукцию, другие всеми силами пытаются туда попасть, остальные вовсе считают это невыгодным делом. Нет однозначного отношения к выставкам, в частности к спортивным, однако, стоит отметить, что год за годом такое направление, как спортивные выставки, набирают популярность, как среди производителей, так и среди посетителей. Как правило, спортивные выставки – межотраслевые, то есть, в рамках спорта задействовано множество различных и не связанных между собой областей. Например, в одной части могут представлять спортивные тренажёры, а напротив рассказывать о спортивной моде [3].

Спортивные выставки проводятся, как на национальном уровне, так и на международном. В Европе они существуют около 40 лет, в России подобное стало развиваться в последние 10-15 лет.

Получить разрешение на участие, договориться о более выгодном размещении, оформление стенда, печать материалов, подготовка сотрудников, транспортировка образцов оборудования или продуктов – это не полный список, что необходимо сделать компании для успешной подготовки к профессиональной выставке.

Компетентные руководители считают обязательным ежегодное участие в выставках; пользу от подобных мероприятий можно описать пятью пунктами:

-Целевая аудитория

Важным элементом является то, что аудитория, которая собирается на той или иной выставке, потенциально заинтересована в предоставляемых товарах, услугах или технологиях. Это один из эффективнейших каналов рекламы, благодаря чему многие компании могут сполна продемонстрировать свои преимущества.

-Деловые переговоры

Выставочная площадка способствует встрече с заинтересованными лицами в данном товаре и клиентами, что позволяет получить ценную обратную реакцию: конференции, круглые столы, дискуссии и т.д. Всё это помогает улучшать продукцию и повышать её конкурентоспособность.

-Конкуренты

Необходимо развиваться стратегически, поэтому организуемые выставки дают возможность руководителю выяснить, в каком направлении движется его отрасль, новые тенденции, сравнить себя с партнёрами и конкурентами, определить сильные и слабые стороны.

-Престиж

Репутация неотъемлемая часть успешной компании, следовательно, выставка наглядно демонстрирует достижения того или иного продукта по сравнению с прошлым годом, положительно оказывая влияние на узнаваемость бренда. Как показывает практика, даже компании, которые

остро не нуждаются в новых заказчиках, всё равно ищут возможность поучаствовать в подобных мероприятиях.

-Реализация

Контрагенты очень часто заинтересованы в приобретении товара или оборудования прямо на месте, посмотрев, как это работает, чтобы как можно скорее начать использовать новые технологии. Хотя организаторы и не ставят подобное самоцелью.

Одна из самых известных международных спортивных выставок проходит весной в Германии в Кёльне, которая называется FIBO. В основном представляют тренажёры, товары для здоровья, спортивное питание, EMS-тренажёры, спортивную одежду. Традиционно на ней собираются представители фитнес-индустрии, производители оборудования и различные инвесторы.

FIBO по праву считается выставкой № 1 в мире, которая ежегодно проводится с 1985 года. Огромный выставочный комплекс способен принять около 150 тысяч посетителей и обеспечить подиумами более 1000 участников. [4]

Выставка проводится в четыре дня: первые два из них отведены непосредственно для самих участников, которые, в свою очередь, стараются максимально промониторить конкурентов; оставшиеся два дня открыты для всех любопытствующих. Впрочем, посторонние там не попадают, так как входной билет стоит чуть более 100 евро.

Другая известная выставка под названием ISPO существует с 1970 года. Проводится она дважды в год: летом и зимой; в Германии (Мюнхен) и в Китае (Пекин, Шанхай).

Данная выставка включает в себя следующие основные сектора: товары для спорта на открытом воздухе, зимние виды спорта, здоровье и фитнес, поэтому производители и поставщики спортивной экипировки и инвентаря, профессиональные тренеры и спортсмены с большой заинтересованностью посещают подобное мероприятие.

ISPO также проводится в четыре дня, но особенностью является то, что производители более чем из 100 стран разворачивают свои презентации, чтобы показать свои сильные стороны перед посетителями. Выставка открывает сезон и задаёт тенденции развития производственных направлений. [5]

Что касается российских спортивных выставок, то существует две наиболее популярных: MIOFF EXPO (ноябрь, Москва) и «СПОРТ» (март, Москва).

• MIOFF EXPO

Крупнейшая выставка в Восточной Европе, которая объединяет представителей фитнес-индустрии (владельцы, инвесторы, любители) и производителей спортивного оборудования из 200 городов России и 19 стран Европы. На данной выставке демонстрируют оборудование и тренажёры для фитнес-клубов, аэробное оборудование, спортивное питание и аксессуары для фитнеса.

Важное отличие российской выставки от международных – более активное участие местных производителей. Более того, 50 % людей, посещающих подобные выставки, – лица, принимающие решения, то есть, отличный способ для них заключить контракт на поставку того или иного продукта. [6]

- «СПОРТ»

Выставка организуется Министерством спорта РФ и Департаментом спорта и туризма г. Москвы, что откладывает свой отпечаток на мероприятие. Помимо секторов, относящихся к фитнесу, присутствуют сектора по спортивному сооружению, спортивной медицине и питанию, услугам (менеджмент и маркетинг в спорте). Такое интересно владельцам спортивных клубов и организаций, проектировщикам спортивных сооружений, а также врачам реабилитационных центров.

«СПОРТ» существует и проводится 15 год подряд, принимая посетителей совершенно бесплатно. Более 80 % демонстраций (участников) из России. Стоит заметить, что помимо деловых контактов в сфере коммерции, представители участвуют в совместных разработках государственных спортивных программ, что идёт на пользу всему спортивному сообществу России. [7]

Невозможно упустить еще одну выставку - Игромир - главная игровая выставка России, которая проводится с 2006 года. В последние годы выставка теряет поддержку крупных издателей, из-за чего акцент выставки стал постепенно смещаться в сторону киберспортивной направленности. Киберспорт является новым, но очень популярным видом спорта в мире и у нас в России. На одной из последних выставок состоялся финал турнира Adrenaline Cyber League по дисциплине Counter-Strike: Global Offensive. Призовой фонд составил 100 тыс. долларов США. Там же медиахолдинг Game Show провел финал пятого сезона своей лиги по Dota 2 и Hearthstone. Призовой фонд составил 650 тыс. рублей.

Таким образом, спортивные выставки выступают площадкой для продвижения спортивных товаров и услуг, а в некоторых случаях и самого вида спорта. Основные идеи, которые включает в себя выставка, – это демонстрация и возможность на месте протестировать оборудование. Посетители могут увидеть его в действии своими глазами, сравнить с аналогичными оборудованьями других производителей. Следовательно, потенциальный покупатель сможет выяснить, насколько качество соответствует его требованиям. Кроме того, выставки являются отличным звеном между производителями и покупателями, которые напрямую могут пообщаться и получить каждый для себя ценную информацию и реакцию. Выгоды от выставок для спортивных производителей очевидны, и подобные мероприятия с каждым годом становятся популярнее по всему миру.

Библиографический список

1. Сулейманова К.А. Экономический эффект выставочной деятельности. //

- Транспортное дело России. 2009. №12. С. 96-99.
2. Сулейманова К.А. Деятельность UFI – барометр развития всемирной выставочной индустрии // Экономика и предпринимательство. 2018. № 1 (90). С. 1216-1219.
 3. Белякова М.Ю., Журавлева Н.В., Иванова Н.Ю. Повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы услуг // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2016. №48. С.119-129
 4. Выставки России, СНГ и Мира. Выставки в 2019 году URL: <http://www.exponet.ru/> (дата обращения: 17.12.2018)
 5. Спорт. Спортивные выставки в 2015 году. URL: <http://nenovosty.ru/sportivny-e-vy-stavki-v-2015-godu.html> (дата обращения: 17.12.2018)
 6. Выставки спортивной индустрии. EXPO FORUM. URL: https://snpro-expo.com/i/SN_pro_presentation.compressed.pdf (дата обращения: 16.12.2018)
 7. Выставки. Международная выставка «СПОРТ». URL:<http://moscowalk.ru/svao/ostankinskiy/vystavki/international-exhibition-sport.html> (дата обращения: 16.12.2018)