

Выставочная деятельность как актуальный способ взаимодействия регионов (на примере выставки «Россия единая» в г. Нижний Новгород)

Гафурова Галия Наримановна

студентка

«МАТИ» - Российский государственный технологический университет им. К.Э. Циолковского, Москва, Россия

E-mail: ggalay@yandex.ru

Введение

Роль регионов является актуальным вопросом в современной России, а их социально-территориальное, экономическое, политическое, социо-культурное неравенство зачастую является проблемой межрегионального взаимодействия. Но современное развитие страны невозможно представить без системы взаимодействия «регион-регион». Именно поэтому становится важным поиск актуальных, инновационных способов взаимодействия регионов.

Выставочная деятельность, а в частности выставка – это организационное мероприятие по продвижению продукта с заранее обусловленным количеством участников, сроком и местом проведения. Цель любой выставки – это, прежде всего, возможность показать научно-технические достижения одного региона или различных регионов в одной или нескольких отраслях производства, науки и техники.

Возникновение выставочной деятельности относится к XIX веку. За годы Советской власти выставочная деятельность развивалась на общесоюзном уровне, в союзных республиках, на местном уровне и на уровне организаций. И сегодня выставочная деятельность – одна из важнейших сфер бизнеса. Свои выставки имеет 41 регион страны. Общее количество занятых в отрасли достигает 10 тыс. человек. Ежегодно количество выставок и ярмарок увеличивается на 18-20%, что свидетельствует об актуальности данной деятельности и востребованности проводимых мероприятий.

Одним из активных регионов по проведению выставочных мероприятий является Нижегородская область. В 2006 году на территории «Нижегородской ярмарки» в г. Нижний Новгород успешно и с размахом прошел седьмой по счету промышленный форум «Россия единая», в рамках которого были организованы выставка продукции российских и зарубежных предприятий с одноименным названием и конгресс "Регионы России. Формирование государственной научно-технической политики".

По данным организаторов в этом году выставочная программа "России единой" побилла все рекорды: стенды и павильоны почти тысячи участников заняли все имеющиеся площади (это 8000 квадратных метров). В конгрессе "Регионы России" приняли участие около 1500 человек, представлявших 48 регионов России, а также США, Францию, Швецию, ФРГ, Китай, Южную Корею, государства СНГ. В официальном пресс-релизе форума среди основных целей и задач были названы "определение роли регионов России в современной федеральной и региональной политике, обсуждение, анализ и выработка стратегических путей совершенствования форм поддержки инновационной деятельности в научной и производственной сферах, освоения передовых технологий в наиболее значимых для России сегментах рынка".

Методы

Теоретико-методологическую основу данной работы составили статистические данные по итогам промышленного форума «Россия единая», а также специализированная литература по выставочной деятельности. Основными методами были исторический, логический, анализ документов. Объектом исследования являются регионы России в системе взаимодействия «регион-регион». Предметом исследования является выставочная деятельность как способ объединения и взаимодействия регионов.

Результаты

Результаты проведенных исследований позволили сделать следующие выводы:

Выставочная деятельность – уникальный социальный процесс XXI века, суть которой лежит в поиске методов, способов, инновационного развития экономики.

Становится понятным, что с каждым годом все больше российских компаний готовы поучаствовать в выставке, потому что видят в подобных мероприятиях продвижение результата своей деятельности. А проведение таких форумов как «Россия единая» позволяют увидеть способы развития регионов, их взаимодействие.

И если Россия должна стать на инновационный путь развития экономики, то задача выставочной деятельности – помочь найти этот путь.

Литература

1. Шарков Ф.И. (2006) Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). М.: Альфа-Пресс.
2. Под ред. Л.Е. Стровского. (2005) Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособие для вузов. М.: Юнити-Дана.
3. <http://www.akdi.ru>