

Факторы эффективности агропромышленных торговых выставок

Заявка № 1311520

Торговая выставка – мероприятие, на котором на коммерческой основе демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью. Целью выставки можно назвать информирование посетителей о предложении продавцов и содействие продажам, а задачей – создание условий для заключения сделки. В настоящее время организуются множество различных торговых выставок, в том числе и в агропродовольственной сфере, речь о которой пойдет в дальнейшем. Однако, не все агропромышленные торговые выставки обречены на успех. Некоторые выставки закрываются в первый же год, а другие существуют несколько десятков лет. Отсюда возникает исследовательская проблема: какие факторы влияют на эффективность агропромышленных торговых выставок и как можно ее повысить? Для ответа на этот вопрос предполагается использование моделирования влияния различных факторов на торговые выставки. Данная проблема важна и интересна, так как за последние 5 лет в связи с пандемией и мировым кризисом выставочная индустрия получила серьезный удар и многие выставки прекратили свое существование. Однако, агропромышленному сектору все еще необходимы площадки, на которых представители данного бизнеса смогут найти себе партнеров, так как данный сектор жизненно необходим для существования человечества.

За основу исследования была взята статья Huiwen He, Zhibin Lin, Hui Li, Key survival factors in the exhibition industry, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 89, 2020, 102561, ISSN 0278-4319, где на примере выставочной индустрии Китая исследовались факторы, влияющие на выживаемость торговых выставок. Выживаемость выставки входит в ее эффективность и является одним из важнейших ее критериев, что подтверждается во многих источниках, например, работе Симонова Кирилла Вячеславовича «Мероприятия по повышению эффективности и качества торговых выставок и оптовых ярмарок // Российское предпринимательство. 2014. №15 (261)» или в критериях одобрения Всемирной Ассоциации Выставочной Индустрии (UFI The Global Association of the Exhibition Industry) UFI Approved Events, где одним из критериев является факт повторного проведения выставки.

Для исследования эффективности был выделен перечень критериев, в теории способных влиять на продолжительность существования торговой выставки и факт ее закрытия, а именно: история проведения выставки в годах, площадь первого шоу, связи с промышленными ассоциациями и правительством, факт проведения выставки в ведущем агропромышленном городе, инновационная инфраструктура города проведения, величина сферы проживания и питания города, где проходит выставка, протяженность общественного транспорта, связь с иностранными представителями и проведение выставки в крупном городе РФ (Москва и СПб). Используя модель пропорциональных рисков Кокса, не было выявлено значимого влияния перечисленных факторов на эффективность агропромышленных торговых выставок, в отличие от статьи Huiwen He, Zhibin Lin, Hui Li, где факторами, влияющими на выживаемость торговых выставок (не только агропромышленных), оказались история выставки, размер первой выставки, связи с промышленными ассоциациями, факт проведения городе с ведущим промышленным сектором по тематике выставки и протяженность общественного транспорта. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в агропромышленной сфере существенные факторы, влияющие на эффективность торговых выставок, совершенно другие, отличающиеся от торговых выставок в других секторах экономики. Следовательно, направлением для дальнейших исследований

будет поиск факторов, значимо влияющих на выживаемость агропромышленных торговых выставок, используя другую научную литературу и опыт реальных представителей агробизнеса, участвовавших в подобных мероприятиях.

Источники и литература

- 1) Список используемой литературы: · Huiwen He, Zhibin Lin, Hui Li, Key survival factors in the exhibition industry, International Journal of Hospitality Management, Volume 89, 2020, 102561, ISSN 0278-4319 .
- 2) Симонов Кирилл Вячеславович, Мероприятия по повышению эффективности и качества торговых выставок и оптовых ярмарок // Российское предпринимательство. 2014. №15 (261)

Иллюстрации

Приложение 1: Результаты регрессии Кокса

Отсутствующие в уравнении переменные^а

	Значение	ст.св.	Значимость
history	1,259	1	,262
size	,104	1	,747
a.connect	,014	1	,906
g.connect	,443	1	,506
cluster	,172	1	,678
innovation	,069	1	,793
hospitality	,108	1	,743
metro	,158	1	,691
foreign	,525	1	,469
first.tier.city	,181	1	,670
a.connect*g.connect	,023	1	,879

а. Остаточный хи-квадрат = 19,194 с 11 знч. ст.св. = ,058

Рис. : Приложение 1. Результаты регрессии Кокса