

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ВЫБОРА ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ КАК ЭЛЕМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Богомолов В. А., Данильченко Ю. В.

ГОУ ВПО «Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева», г. Красноярск, Красноярский край, Россия

Целью данной работы является разработка модели выбора выставочных мероприятий как элемента продвижения продукции предприятий космической отрасли России на внешние рынки.

Продукция предприятий космической отрасли является специфической и обладает рядом уникальных свойств. Это ставит задачу продвижения данной продукции в разряд чрезвычайно сложных. С переходом страны на путь рыночной экономики и открывшимися возможностями выхода на международные рынки оказалось, что продукция отечественных производителей космической техники, несмотря на все ее достоинства, не пользуется спросом у зарубежных заказчиков.

Таким образом, предприятия космической отрасли России столкнулись с проблемой продвижения своей продукции на международный рынок.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи: анализ выставочной деятельности как инструмента продвижения, выявление особенностей продвижения продукции космического назначения на международный рынок, разработка модели выбора выставочных мероприятий.

Объектом данной научной работы является ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнёва» - одно из ведущих предприятий космической отрасли России.

Предмет исследования – комплекс продвижения продукции ОАО «ИСС» на международном рынке.

В рамках данной научной работы была рассмотрена специфика продвижения продукции космического назначения на рынке, а так же проблемы, с которыми сталкиваются российские компании при работе с зарубежными заказчиками и их причины.

В ходе исследования выявлены особенности участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях как способа продвижения продукции, рассмотрены существующие классификации выставок и критерии оценки их эффективности.

В рамках научной работы были сформированы критерии оценки привлекательности выставочных мероприятий для участия в них предприятий космической отрасли РФ, было предложено ранжирование критериев оценки

привлекательности выставочных мероприятий по степени влияния на результаты участия в выставке.

Результатом научной работы является разработанная модель выбора выставочных мероприятий как элемента продвижения продукции предприятий космической отрасли России, которая позволит компаниям составлять оптимальную программу продвижения продукции на международные рынки.