

Критерии и показатели оценки эффективности представления научно-технической продукции на выставочных мероприятиях

Магистрант ПСФ – Томашева Т.И.

Научный руководитель – Алексеев Ю.Г.

Белорусский национальный технический университет
г. Минск

Инновационный процесс включает в себя не только разработку новой технологии и получение нового продукта. На современном этапе особое значение приобретает технологический трансфер как в межстрановом, так и во внутригосударственном аспекте с целью укрепления научно-технического потенциала и результативного использования новейших достижений. Выставочно-ярмарочная деятельность является одним из эффективных инструментов на этапе продвижения новой продукции и высоких технологий, так как подобные мероприятия обеспечивают прямые контакты между разработчиками и покупателями.

Для определения целесообразности участия в выставках необходимо проводить оценку эффективности. Решение этого вопроса является многоаспектной проблемой, осложненной отсутствием универсального единого подхода, позволяющего системно и целостно оценивать результативность с помощью количественных и качественных показателей.

Исследовав подходы к оценке эффективности выставочной деятельности, проанализировав их преимущества и недостатки, была предложена методика, учитывающая специфику самой научно-технической продукции.

Систему показателей эффективности можно представить четырьмя блоками, в которых отражены цели и соответствующие им показатели:

1. имиджевые (включение в выставочные каталоги, количество контактов, число полученных медалей);
2. коммерческие (количество заключенных договоров, соглашений и т.д.);
3. общие (количество выставочных мероприятий, качественный состав аудитории и другие);
4. мощностные (площадь стенда, специализация и т.д.).

Особенностями предложенной методики являются выделение временных периодов оценки эффективности; формирование системы специфических показателей оценки экономической эффективности участия организаций в выставке, а также системы дополняющих ее показателей имиджевой результативности; анализ полученных систем показателей. Методика предполагает двухэтапную оценку: первый этап – сразу после окончания выставки; второй этап – через несколько месяцев после ее проведения.

Анализ результатов должен становится основой решений последующего участия в выставках. Результаты оценки всегда выявляют организационные ошибки, помогают выработать будущие концепции стенда, оказывают влияние и на отбор участников в выставках. Сравнение в цифрах с предыдущими или сходными мероприятиями помогает понять современные тенденции и скорректировать решения по поводу участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях.