

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(Україна)

Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)

Сучавський університет ім. Стефана чел Маре (Румунія)

Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)

Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Сумський національний аграрний університет (Україна)

Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)

Державна установа

«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)

Державна установа

«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)

Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної
податкової служби у Полтавській області (Україна)

Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Спілка аудиторів України» (Україна)

Торгово-промислова палата України (Україна)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА



ЗБІРНИК

II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

06 червня 2024 року

ПОЛТАВА

МІЖНАРОДНА ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ

Міжнародні виставки є не тільки найважливішим інструментом комунікації, але і механізмом просування нових технологій і товарів на національні та міжнародні ринки. Стратегічні інтереси держави, зокрема технологічний розвиток за пріоритетними напрямками, захист власних економічних інтересів на міжнародній арені, підвищення рівня довіри до національного виробника, формування позитивного іміджу країни, підвищення якості життя через розбудову соціальної сфери на основі найбільш ефективних рішень, можуть бути реалізовані в тому числі і за допомогою виставок. Тому вкрай важлива роль держави в підтримці учасників національних і зарубіжних виставок і процесів розвитку виставково-ярмаркової інфраструктури

Виставки – це спеціально організований бізнес, у якому бере участь держава, його організаційні структури, громадські організації та групи, приватні інвестори, а ярмарки проводяться регулярно, але не є організованими заходами [1].

Виставки та ярмарки займають особливе місце в арсеналі засобів рекламного впливу. Також на них представлені широкі можливості демонстрації різних виробів, що рекламується для встановлення контактів із безпосередніми покупцями. На сьогоднішній день міжнародні виставкові заходи являють собою ефективний і якісний інструмент маркетингових комунікацій, що сприяє не тільки ефективної міжнародної торгівлі, а й формуванню та розвитку плідних міжнародних відносин.

Виставкова діяльність є ефективним та розвинутим видом економічної діяльності і займає відособлене місце як на міжнародному, так і на українському ринку послуг. Виставкова діяльність формується і розвивається під впливом ряду факторів, які мають бути досліджені та попереджені [2].

В Україні ринок виставково-ярмаркової діяльності знаходиться в стадії розвитку, який залежить від сприятливої економічної ситуації та політико–правових заходів в країні. Створення іміджу виставкових заходів України сприятиме не тільки просуванню вітчизняних товарів на світові ринки, але й дасть змогу для залучення інвестиційних коштів, прискорить розвиток науково–технічного та технологічного оновлення вітчизняного виробництва.

На сьогоднішній день абсолютними лідерами виставкової індустрії по праву вважаються країни Європи, США та Азії. Виставкова індустрія в цих країнах є одним з елементів, що сприяють економічному розвитку держави. На проведення цих заходів витрачаються колосальні суми, крім того, держава не створює перешкод для даної діяльності, а, навпаки, всіляко підтримує і субсидує галузь.

Таким чином, слід зазначити, що виставкова діяльність може стати дієвим механізмом формування для України міжрегіональних і міжнародних зв'язків, розвитку міжнародного ділового туризму, каталізатором для інтенсивного розвитку соціально–економічних процесів (поява нових робочих місць, нових видів бізнесу).

Список використаних джерел

1. Беляєва А. В. Ярмарки – виставки в Німеччині: організація і переваги для відвідувачів. URL: <http://www.experto24.ua/bisnes-i-upravlenie/marketing/jarmarki-vystavki-v-germanii-organizacija-i-preimushchestva-dlja-posetitelei.html>
2. Березовський В.А. Аналіз ефективності комерційних виставкових заходів. *Економічні науки*. 2019. № 2. С. 32–36.