

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Родионов Д.**

*Национальный технический университет  
«Харьковский политехнический институт»,  
г. Харьков*

Выставки, проводимые в разных странах, являются важным средством ознакомления рынка с товарами, представляют собой неотъемлемое звено между продавцами-экспонентами и потенциальными покупателями, так как способствуют установлению личных контактов торговых партнеров.

Для экспонента выставки и ярмарки предоставляют следующие возможности:

- непосредственной коммуникации с потенциальными покупателями и потребителями, поставщиками и субподрядчиками;
- отслеживания рыночных тенденций и оценка конкурентоспособности предприятия на рынке;
- возможность заявить о себе во всеуслышание;
- обмена информацией с ведущими специалистами отрасли;
- изучения маркетинговой стратегии и рыночной политики конкурентов;
- анализа отзывов посетителей о цене и качестве продукции или услуги;
- проведения широкомасштабных рекламных компаний по продвижению продукции экспонента и др.

Существуют следующие основные проблемы выставочной деятельности и направления возможного совершенствования механизма регулирования данной сферы деятельности:

1. Хаотичность организации из-за совпадения выставок по тематике и срокам.
2. Дефицитность сведений о выставках и ярмарках, проводимых как в регионе, так и за рубежом, которая может быть устранена путем создания интегрированной информационной системы.
3. Недостаток специалистов выставочного дела и отсутствие методической и учебной литературы.
4. Респектабельное представительство регионального производства на зарубежных выставках.

В сфере выставочно-ярмарочной деятельности Украины есть определенные достижения, однако необходимо решить проблему формирования эффективной государственной поддержки выставочной деятельности. Также в стране наблюдается недостаточное развитие выставочной инфраструктуры: на сегодняшний день только столица оснащена современными выставочными центрами. Выставки проводятся в неподходящих и непригодных помещениях (таких как спортивные комплексы или концертные залы), что не способствует формированию их положительного имиджа, снижает качество и эффективность.