

## МЕНЕДЖМЕНТ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**Касьян І.А., гр. МВ-23, Тараканова А.О., гр. МВ-23**  
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Ткачова С.С.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Активне формування сучасного світового виставкового ринку свідчить про значущість та перспективність виставкової діяльності підприємств. За даними Всесвітньої асоціації виставкової індустрії, у світі щорічно проводиться 30 тис. виставок, в яких приймають участь 3,2 млн. експонентів та 350 млн. відвідувачів.

Геополітичне положення України сприяє активному розвитку національного виставкового ринку. На державному, регіональних рівнях та на рівні підприємств необхідно враховувати важливі функції виставок: політичну, інформаційну, інноваційну, комерційну та ін. Однією з важливих виставок, що проводяться в Україні є туристична виставка. Участь у XXII Міжнародній туристичній виставці UPTT 2016 «Україна – подорожі та туризм» дозволила зробити декілька висновків. 1) У роботі виставки прийняли участь професіонали туристичного ринку як національного, так і міжнародного рівнів, представники державних структур, сфер медіа, готельєрів та перевізників. В цілому на виставці працювало 192 компанії з 24 країн світу за 44 розділами. Це дозволило отримати уяву про склад кращих учасників туристичного ринку, про тенденції та перспективи його розвитку, про нові продукти тощо. 2) Виставка надала можливість порівняти рівень підготовки міжнародних та українських учасників. Враховуючи низку зауважень до вітчизняних учасників, вважаємо за потрібне рекомендувати їх менеджменту: більш уважно ставитись до рівня професіоналізму персоналу, який представляє компанію на виставці; підвищити якість рекламної продукції; розробляти більш насичені програми роботи компанії на весь час виставки; участь у виставці вважати проектом, від успішності якого залежить як тактичний, так і стратегічний розвиток компанії. 3) Для майбутніх менеджерів сфери туризму участь у професійних виставках дає можливість спілкування з топ-менеджерами компаній, відвідування майстер-класів, освітніх програм та наукових конференцій, розуміння того, які професійні компетенції необхідно формувати, встановлення зв'язків з компаніями – базами майбутніх практик або стажувань, працевлаштування.