

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Розвиток міжнародної виставкової діяльності підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.12.01,
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна
економіка"

Ферлей І.Т.

Керівник: к.е.н., доцент Полякова Я.О.

Рецензент: д.е.н., проф. Міщенко В.А.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

Стрімкий розвиток української економіки, глобалізація і загострення конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках, роблять необхідним розвиток міжнародної виставкової діяльності як одного з основних інструментів створення конкурентних переваг. Саме цей інструмент можна охарактеризувати як потужний засіб для створення умов просування на світовий ринок продукції вітчизняних підприємств, галузі, регіону і окремо взятої країни.

Звична для багатьох країн міжнародна виставкова діяльність в сучасних умовах розвивається, набуває нових рис і вимагає пошуку нових підходів до її здійснення. Це визначається рядом факторів. По-перше, в даний час вона є одним з найважливіших інструментів торгівельної, інвестиційної, промислової та зовнішньоекономічної політики країни. По-друге, міжнародна виставкова діяльність набуває якісно нового значення для підтримки вітчизняних товаровиробників, оскільки процес інтеграції змінює умови ведення бізнесу.

У всьому світі міжнародна виставкова діяльність підприємств є другим за значенням напрямом маркетингових інвестицій поряд з інвестиціями на рекламу. Тому дослідження даної проблематики є актуальним.

Теоретичні та методичні основи дослідження міжнародної виставкової діяльності підприємств становлять роботи вітчизняних і зарубіжних авторів, методичні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів в галузі зовнішньоекономічної діяльності, світової економіки, маркетингу, виставкової діяльності, оцінки ефективності зовнішньоекономічної, в тому числі міжнародної виставкової діяльності. Теоретичні аспекти менеджменту виставкової діяльності представлені в роботах І. Філоненко, Р. Батра, Е. Гусєва, А. Зверинцева, М. Мескона, В. Петеліна, Ф. Шаркова, В. Шепеля. До

найбільш помітних робіт з теоретичних основ міжнародної виставкової діяльності промислових підприємств та оцінки її ефективності відносяться праці І. Багрової, В. Бережної, А. Бовіна, І. Ковгуна, С. Міллера, А. Пасмурова, Л. Стровського, Л. Яцишина. Праці Н. Бердишева, Н. Бакуніна, С. Віноградова, А. Голови, І. Грищенко, Б. Базарова, К. Сімонова, виступають в якості теоретичної основи з проблем ризиків у зовнішньоекономічній та міжнародній виставковій діяльності. Теоретичною базою дослідження в галузі міжнародних ділових комунікацій виступають роботи зарубіжних вчених Д. Адаира, Д. Бернета, С. Блека, Ф. Джефкінса, Д. Доті, Г. Картера, Д. Росситера, У. Уелса, а також праці російських вчених І. Альошина, Г. Бакулева, Б. Борисова, В. Горфинкеля, Л. Грановського, А. Зверинцева, В. Кашкіна, А. Кузякіна, А. Романова, І. Синяєва, Н. Федько, Г. Щербича. Значення міжнародних виставок в завоюванні підприємством позицій на зовнішньому ринку представлено в роботах В. Бережної, Є. Голубіна, Н. Гранкіна, А. Крутика, Л. Назаренко, Д. Олвуда. В якості теоретичної бази з проблем, пов'язаних з організацією міжнародної виставкової діяльності підприємства, розглянуто праці Т. Ананьєва, Г. Захаренко, Л. Кисельова, Я. Критсотакиса, С. Морроу, С. Фрідмана.

Об'єктом дослідження даної дипломної роботи є комунікативна діяльність ДП «Завод хімічних реактивів», яке в даний час є найбільшим національним виробником субстанцій для фармацевтичної промисловості.

Предметом дослідження дипломної роботи є міжнародна виставкова діяльність підприємства, що розвивається в умовах формування системи фармацевтичного ринку, інтенсифікації міжнародних зв'язків та глобалізації економіки.

Метою дипломної роботи є розробка теоретичних засад та надання практичних рекомендацій щодо формування системи та розвитку міжнародної виставкової діяльності підприємства.

Відповідно до мети дипломної роботи були поставлені такі завдання: дослідити теоретичну сутність міжнародної виставкової діяльності

підприємств; виявити основних суб'єктів міжнародної виставкової діяльності та причини їх участі в міжнародних виставкових заходах; розкрити цілі участі підприємств в міжнародних виставках; розглянути міжнародну виставку як засіб маркетингу, що є найбільш ефективним засобом просування нових технологій, високотехнологічної продукції і послуг на світові ринки; розробити класифікацію міжнародних виставок; розглянути тенденції та особливості розвитку міжнародної виставкової діяльності підприємств в Україні та світі; розробити алгоритм участі підприємства у міжнародній виставці; запропонувати критерії вибору міжнародних виставок; визначити основні показники результативності та ефективності міжнародної виставкової діяльності підприємства; розробити рекомендації щодо вдосконалення процесу участі підприємства у міжнародній виставковій діяльності.

Вибір методів був обумовлений вимогами найбільш адекватного і повного вирішення завдань на кожному етапі дипломної роботи, а також необхідністю забезпечення достовірності та обґрунтованості отриманих результатів. Залежно від особливостей вирішуваних завдань використовувалися: абстрактно-логічний метод (при постановці мети і задач дослідження, розробці теоретико-методичних основ виставкової діяльності); монографічний метод (при вивченні тенденцій сучасного розвитку виставкового ринку); порівняльний аналіз (при дослідженні розвитку міжнародної виставкової діяльності в різних регіонах світу та в Україні); спостереження (при вивченні практики виставкової діяльності), системного підходу (в ході побудови методики вибору доцільної міжнародної виставки); економіко-математичний метод (при розробці алгоритму процесу виставкової діяльності підприємства, визначенні показників оцінки ефективності та результативності експонування).

Практична значущість дипломної роботи полягає в тому, що теоретичні розробки доведені до практичних положень і рекомендацій, які можуть бути

використані промисловими підприємствами в організації міжнародної виставкової діяльності.