

України, Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Київ : ЦУЛ, 2011. – 468 с.

2. Гавриш О.А., Довгань Л.Є. та ін. Управління персоналом сучасної організації: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: НТУУ «КПІ», 2011.

3. Сайт пошуку роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.work.ua/articles/jobseeker/1175>.

4. Сайт пошуку роботи на телебаченні та ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mediajobs.ru>.

5. Управління персоналом : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич, Т. Л. Мостенська. – Київ : Кондор, 2012.

Жученя Катерина, студентка

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ», м. Київ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Пунчак Л.А.

РОЛЬ СУЧАСНИХ ВИСТАВОК У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МЕДІАСФЕРИ

Актуальність. Виставкова діяльність в Україні є необхідною складовою, що сприяє розвитку ринкових процесів, є каталізатором науково-технічного прогресу та технологічного оновлення вітчизняного виробництва, стимулює закріплення позитивних змін у структурі економіки. Виставки відображають досягнення технічного розвитку підприємств, є важливим соціокультурним явищем та цінним джерелом інформації, яка дозволяє складати прогнози щодо змін кон'юнктури ринку.

Результати. Дослідження деяких вчених показують, що багато підприємців сприймають виставки лише як спосіб збуту продукції та витрати на оплату виставкової площі [1]. На нашу думку, це є помилковим, адже за допомогою виставок можна прогнозувати дії конкурентів; значно підвищити

авторитет підприємства; формувати власну об'єктивну думку про представлене на заході підприємство-учасника; набиратися потрібного досвіду з пошуку професійних контактів та у правильному спілкуванні з клієнтами; зменшувати ймовірність помилкових управлінських дій і рішень; підвищувати рівень кваліфікації працівників та стимулювати їх діяльність для поліпшення функціонування свого підприємства, вивчати попит на продукцію.

В Україні однією з досить потужних виставок є міжнародний фестиваль «Книжковий арсенал», метою проведення якого є сприяння розвитку українського літературно-мистецького середовища та книжкового ринку шляхом міжнародного обміну й поширення найкращих світових практик, культурної модернізації, пропагування самоосвіти і популяризування читання [1].

На основі проведеного аналізу встановлено, що ця міжнародна виставка виконує такі дієві функції:

- забезпечує спілкування клієнта з експонентом та, навпаки, експонента з потенційними партнерами, результатом чого може стати укладання угоди між цими підприємствами;

- сприяє ефективному обміну інформацією;

- пропонує реальний товар, який можна побачити у дії, самостійно оглянути та оцінити за такими критеріями, як ціна, якість, певні стимули при купівлі, додатковий сервіс тощо.

- надає можливості експонентам побачити пропозицію потенційних конкурентів, представлених на фестивалі, їх нові ідеї, умови продажів, що може сприяти створенню експонентами правильної та ефективної торговельної політики чи зміні їхніх стратегій, задля збільшення попиту на їхню продукцію та клієнтної бази тощо;

- значно економить час на пошук партнера та укладання контракту з клієнтам та фірмами, які є учасниками виставки;

- підвищує авторитет експонента за умов його правильної політики щодо підготовки та участі у виставках та ярмарках;

– інформує учасників «Книжкового арсеналу» про розвиток технологій, що створює велику ймовірність побачити справжні тенденції прогресу галузі [2].

Висновки. Таким чином, розвиток видавничої діяльності в Україні є досить актуальним, оскільки вона відіграє важливу роль у пропаганді передових технологій та нових видів продукції, зміцненні міжнародних зв'язків, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, що є дуже корисним та необхідним для економічного росту держави. На основі досліджуваного нами об'єкту – «Книжкового Арсеналу» – варто зауважити, що виставки повинні проводитися у спеціально відведених для них місцях, до участі у них варто залучати не лише вітчизняних виробників, але й іноземних, створювати та розповсюджувати дієву рекламу про виставки задля приваблення на них якомога більше відвідувачів, розробити дійсно комфортні та вигідні умови для видавництв, які бажають взяти участь у заході, залучати якнайбільше авторів книг, які зможуть влаштовувати автограф-сесії, де творці матимуть змогу поспілкуватися з читачами та, за можливості, презентувати власні роботи, запрошувати цікавих та неординарних особистостей-сучасників, які зробили вклад у розвиток літератури або видавничої справи, влаштовувати майстер-класи, пов'язані з тематикою виставок.

Джерела:

1. Офіційний сайт ММистецького Арсеналу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://artarsenal.in.ua/event174.html>.
2. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 488 с