

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Організація та ефективність виставково-ярмаркової діяльності»

Виконав: здобувач 4 курсу,
групи МГ-16зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Анікіна Анна Володимирівна

Керівник: Курочкіна І.Г.,

к.е.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Анікіна А.В. Організація та ефективність виставково-ярмаркової діяльності.

В кваліфікаційній роботі виявлено цілі, види та порядок проведення виставки та ярмарки; визначено маркетингові засади забезпечення виставково-ярмаркової діяльності; обґрунтовано роль виставок та ярмарок в системі ринкових комунікацій. Було надано характеристику господарської діяльності ТОВ «Експоцентр «Метеор» і проведено аналіз існуючої системи організації та ефективності виставково-ярмаркової діяльності. Було проведено аналіз ринку, на якому діє підприємство та оцінити сегменти ринку і фактичне позиціонування виставково-ярмаркових послуг; виконано SWOT – аналіз для ТОВ «Експоцентр «Метеор». В роботі запропоновано заходи з вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності ТОВ «Експоцентр «Метеор»; сформовано маркетинговий бюджет запропонованих заходів та розраховано очікуваний економічний ефект.

Ключові слова: виставково-ярмаркова діяльність, маркетингове середовище, сегментація ринку, SWOT – аналіз, економічний ефект, маркетинговий бюджет, маркетингові комунікації.

SUMMARY

Anikina A.V. Organization and efficiency of exhibition and fair activities.

The qualifying work revealed the goals, types and procedure of the exhibition and fair; the marketing principles of providing exhibition and fair activity are determined; the role of exhibitions and fairs in the system of market communications is substantiated. The characteristic of economic activity of LLC Meteor Expocenter was given and the analysis of the existing system of the organization and efficiency of exhibition and fair activity was carried out. An analysis of the market in which the company operates was conducted and to assess market segments and the actual positioning of exhibition and fair services; SWOT analysis was performed for Meteor Expocenter LLC. The paper proposes measures to improve the exhibition and fair activities of Expocenter Meteor LLC; the marketing budget of the proposed measures is formed and the expected economic effect is calculated.

Key words: exhibition and fair activity, marketing environment, market segmentation, SWOT - analysis, economic effect, marketing budget, marketing communications.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	6
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	9
1.1. Суть, цілі, види та порядок проведення виставки та ярмарки ...	9
1.2. Маркетингові засади забезпечення виставково-ярмаркової діяльності	16
1.3. Виставки та ярмарки в системі ринкових комунікацій	21
Розділ 2 СТАН ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ І ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКСПОЦЕНТР «МЕТЕОР»	30
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «Експоцентр «Метеор»	30
2.2. Аналіз та оцінка існуючої системи організації та ефективності виставково-ярмаркової діяльності ТОВ «Експоцентр «Метеор»	35
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство	41
2.4. Сегментування ринку та позиціонування виставково-ярмаркових послуг	50
2.5. SWOT – аналіз для ТОВ «Експоцентр «Метеор»	54
Розділ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕКСПОЦЕНТР «МЕТЕОР»	57
3.1. Розробка заходів з вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності ТОВ «Експоцентр «Метеор»	57
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	64
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	71
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ	87