

УДК 658.5

Мацьків У. – ст. гр. БМм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЯРМАРКІВ ЯК ЕЛЕМЕНТУ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Науковий керівник: Машлій Г.Б.

Кожне підприємство прагне, щоб його продукція користувалась попитом та популярністю. Допомогти йому в цьому можуть ярмарки. Ярмарки — важливий елемент ринкової інфраструктури, що дає можливість широкому колу виробників, споживачів, посередників вступати в безпосередні комерційні контакти. Це сприяє регулюванню попиту та пропозиції, активізації господарської ініціативи сторін, пропаганді надійності виробника, його іміджу, рівня технічного обслуговування. Ярмарки являють собою періодичні заходи, проведені за участю представників посередницьких організацій, закладів торгівлі, промисловості, сільського господарства й інших галузей для здійснення покупок і продажу. Торговельний ярмарок - короткостроковий періодичний захід, у рамках якого велика кількість підприємств за допомогою зразків представляє певний перелік товарів однієї або декількох галузей, що дає можливість відвідувачу ознайомитися з їх підприємницькими можливостями, тоді як експонент прагне поширити інформацію про свою фірму і її продукцію й укласти прямі торговельні угоди.

Підприємство може брати участь у торговельних ярмарках всередині країни й за кордоном як самостійний експонент або в рамках групової участі (наприклад, павільйон країни) за власною ініціативою й під свою відповідальність, і, таким чином, приймає на себе всі організаційні турботи й, як правило, самостійно несе всі витрати.

Щоб участь у ярмарку була ефективною, необхідно дотримуватися таких «десяти заповідей» учасника ярмарку: встановити зв'язок між цілями участі у ярмарку і маркетинговими цілями експонента; спланувати організаційні процедури; вибрати найкращий ярмарок щодо часу та місця його проведення, розташування стенда, складу відвідувачів та експонентів; правильно вибрати експонати залежно від ринків, на які підприємство бажає вийти: практичність, якість, технічний рівень, зовнішній вигляд; встановити сприятливий рівень цін порівняно з цінами конкурентів; визначити правильний порядок презентації на стенді загальної підприємницької діяльності експонента; підібрати належним чином персонал стенда з точки зору його складу, кількості, фахової підготовки, здатності до активної співпраці з відвідувачами; забезпечити високий якісний рівень усіх запланованих заходів; регулярно проводити контроль ефективності окремих заходів; продумати порядок післяярмаркової діяльності експонента з врахуванням виявлених під час проведення ярмарку недоліків.

Сучасний стан організації ярмарків свідчить про їхню трансформацію із засобу презентації товарів для продажу на засіб глобальної комунікації. Ярмарки поступово стали дзеркалом технічного розвитку, біржею інформації, індикатором цін, економічно-політичним форумом кон'юнктурних змін, особливим соціальним явищем з економічним, політичним і культурним змістом.

Отже, участь підприємств у ярмарках допомагає економити час покупців, продавців та виробників, пропонувати товари в їхньому натуральному вигляді, давати покупцю можливість порівняти однорідну продукцію за комерційними умовами її продажу, якістю, ціною, сприяє налагодженню обміну інформацією, зокрема щодо нових досягнень у галузі виробництва.