



International scientific conference

ProConference

International scientific publication

C "Organization of scientific research in modern
conditions '2024"
onference proceedings

MARCH 2024

Published by:
ProConference
in conjunction with KindleDP
Seattle, Washington, USA

Series Conference proceedings «SW-US conference proceedings»

Reviewed and recommended for publication
The decision of the Organizing Committee of the conference
"Organization of scientific research in modern conditions '2024"
No 23 on March 21, 2024

Organizing Committee: More than 350 doctors of science. Full list on page:
<https://www.proconference.org/index.php/usc>

DOI: 10.30888/2709-2267.2024-23-00

Published by:
ProConference
in conjunction with KindleDP
Seattle, Washington, USA

Copyright
© Collective of authors, scientific texts, 2024
© ProConference, general edition and design, 2024

ISBN 979-8-3243444-4-3

УДК 659.152:338.48(043.2)

CHARACTERISTICS OF EXHIBITION ACTIVITY AS A TOOL FOR PROMOTION AND IMPLEMENTATION OF TOURIST PRODUCTS
ХАРАКТЕРИСТИКА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Antoniuk K. H. / Антонюк К. Г.

PhD /доктор філософії

ORCID: 0000-0003-4566-7792

Vinnytsia Institute of Trade & Economics of State University of Trade & Economics, Vinnytsia, Soborna 87

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету, м. Вінниця, Соборна 87

Анотація. В роботі розглядається значення та роль виставкової діяльності як інструменту просування та реалізації туристичних продуктів, а також охарактеризовано виставки як спосіб взаємодії з іншими представниками бізнесу туристичної індустрії з метою розширення географії ринку.

Ключові слова: туризм, туристична виставка, інструмент просування, реалізація, туристичний продукт.

Abstract. The work examines the importance and role of exhibition activities as a tool for the promotion and sale of tourist products, and also characterizes exhibitions as a way of interaction with other representatives of the tourism industry business in order to expand the geography of the market.

Key words: tourism, tourist exhibition, promotion tool, implementation, tourist product.

Вступ.

Просування туристичного продукту значною мірою залежить від наявності туристичних бірж, виставок і ярмарків, де можна знайти потенційних торгових партнерів. Участь у конференціях для спеціалістів у сфері туризму є найвигіднішою, оскільки це дає можливість не лише просувати свій продукт, а й налагоджувати ділові стосунки та укласти контракти.

За допомогою виставок туристична індустрія може отримувати та поширювати різноманітну економічну інформацію за доступною ціною через свої виставкові програми. Туристична галузь не повинна нехтувати виставковими заходами, оскільки вони є незамінною формою маркетингових комунікацій, що дозволяє вирішити всі їхні проблеми. Організація заходів, таких як шоу, вікторини та лотереї, може зробити досвід туристичного бізнесу більш вражаючим для клієнтів, пропонуючи їм численні шанси взяти участь у виставці.

Основний текст.

Виставки є потужним інструментом реклами продуктів і послуг туристичних фірм на туристичному ринку. Щорічно тут проводиться понад 100 міжнародних виставок і ярмарків за тематикою «Туризм. Відпочинок. Дозвілля». Ефект від цієї виставки є більшим через її масштабність і велику кількість учасників. Це робить виставку більш успішним засобом продажу туристичних продуктів, ніж інші варіанти. За даними Центру досліджень виставкової індустрії (CEIR – Center for Exhibition Industry Research), 90 %

відвідувачів виставок, які приймають кінцеве рішення про купівлю різних видів продукції, вважають виставки первинним джерелом інформації для цього [1, с. 91].

Основну увагу варто приділити іноземним туристичним напрямкам. На виставкових заходах ведеться активна робота по налагодженню зв'язків і укладенню угод між постачальниками туристичних послуг та їх виробниками, це окрім туристичної реклами. Оголошення турів на наступний рік, як правило, передує або закінчується цими обмінами. Визнані найбільшими міжнародними туристичними виставки ІТВ (Берлін), London Travel Market (Лондон).

Виставки відіграють важливу роль у системі маркетингових комунікацій і є одним з ключових елементів цієї системи. Таким чином, вони не лише допомагають людям дізнатися про нові продукти та послуги, але й дозволяють обмінюватися досвідом, встановлювати відповідні ціни на продукцію та реалізовувати політику продажу та реклами.

Виставкова діяльність є мультифункціональною та реалізується через низку функцій, а саме: інформаційну; комерційну; навчальну; соціальну; комунікаційну; міжнародну; маркетингову; макроекономічну (табл. 1) [3, с. 8].

Процес участі туристичної фірми у виставці можна розділити на кілька взаємопов'язаних і взаємозалежних етапів [2, с. 27]:

1. прийняття основного рішення про участь у виставці.
2. визначення мети участі турфірми у виставці.
3. вибір конкретної виставки та способу участі.
4. підготовчий та організаційний період.
5. діяльність під час виставки.
6. аналіз результатів участі турфірми у виставці.

Таблиця 1 – Характеристика основних функцій виставкової діяльності

Назва функції	Характеристика функції
Інформаційна	інформування спеціалістів і громадськості про стан певної галузі народного господарства та економіки країни в цілому, про сучасний рівень розвитку техніки та технологій, про найновіші досягнення у різних сферах людської діяльності
Комунікаційна	встановлення контактів із потенційними споживачами, з представниками ЗМІ, а також діловими партнерами для подальшого співробітництва
Комерційна	укладення угод з метою купівлі або продажу товарів та послуг, а також виконання певних робіт
Міжнародна	залучення іноземних інвестицій в національну економіку, формування іміджу країни на міжнародній арені, вихід товаровиробників на міжнародний ринок, а також інші прояви міжнародного співробітництва
Навчальна	обмін досвідом та ознайомлення з новими досягненнями в галузі виробництва, економіки, науки й техніки
Маркетингова	демонстрація нового товару та виведення його на ринок, формування на нього попиту та стимулювання збуту, вивчення ринку (потреб споживачів, продукції конкурентів), реклама, PR
Макроекономічна	формування валового суспільного продукту, національного доходу в країні та доходу від експорту
Соціальна	створення робочих місць завдяки прямій зайнятості у виставкових організаціях та непрямій у підприємствах виставкової інфраструктури

Джерело: [3, с. 8].

Таким чином, виставки та ярмарки дозволяють:

- ✓ показати потенційним клієнтам нові послуги, можливості, пропозиції та напрямки подорожей;
- ✓ привернути увагу до пропонованих туристичних продуктів;
- ✓ розширити презентацію країни (регіону) гостям, у тому числі іноземним партнерам і клієнтам (туристам); проінформувати їх про національну (регіональну) туристичну політику та заходи щодо забезпечення сталого розвитку туризму;
- ✓ контактувати з представниками туристичних адміністрацій та підприємств для укладання угод про співпрацю та маркетинг;
- ✓ контактувати з представниками засобів масової інформації та використовувати можливості для підвищення обізнаності потенційних партнерів і клієнтів про туристичний потенціал країни (регіону);
- ✓ вивчення туристичних організацій та найкращих практик їхньої реклами;
- ✓ проаналізувати пропозиції конкуруючих туристичних дестинацій, що пропонують туристичні продукти з подібними характеристиками до країни (регіону), що цікавить;
- ✓ проаналізувати пропозиції та політику конкуруючих компаній;
- ✓ виявити існуючий попит на туристичні продукти, послуги та дестинації і зробити прогнози розвитку попиту;
- ✓ отримати інформацію про поточний стан туристичного ринку.

Висновки.

Таким чином, виставкова діяльність є потужним інструментом реалізації туристичних продуктів, їх просуванням, а також формування взаємозв'язків з іншими представниками сфери гостинності шляхом співпраці, просування бренду туристичної фірми. Саме тому участь у виставкових заходах є пріоритетним та ефективним способом реалізації туристичної діяльності, зростання впізнаваності бренду, розширення географії ринку збуту.

Література:

1. Корюгін А. В., Матвеев М. Е., Брик С. Д. Маркетингові інструменти туристичної індустрії: досвід ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*, № 2. 2022. С. 88-94.
2. Люта Д. А. Реклама в туризмі : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 62 с., с. 27
3. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес. : монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.

CONTENTS**Innovative engineering, technology and industry**

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-004> 3

USE OF SWEET POTATO (IPOMOEA BATATAS) IN
THE TECHNOLOGY OF STEAMED FISH CUTLETS
OF INCREASED BIOLOGICAL VALUE

Ditrikh I.V.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-011> 6

INNOVATION AND TECHNOLOGICAL ADVANCEMENT
OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE NUTRITION
AND WEIGHT MANAGEMENT INDUSTRY

Hopanchuk L. M.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-013> 11

DETERMINATION OF MECHANICAL CHARACTERISTICS
OF AIRCRAFT WING PANELS

Alekseychuk O.N., Trubachev S.I.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-015> 16

CONTROL OF THE TECHNICAL CONDITION OF HYDRAULIC
TRANSMISSION UNITS OF MOBILE MACHINES ON THE
BASIS OF MONITORING THE LEVEL OF CLEANLINESS
OF THE WORKING FLUID

Melyantsov P.T., Dobryanskyi I. M., Losikov O. M., Sidorenko V. K.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-016> 22

TO ADDRESS THE ISSUE OF EXTENDING THE CLASSIFICATION
OF IMPACT CRUSHING MACHINES

Shvets O.P., Koruniak P.S., Berezovetskyi S.A., Berezovetska O.G.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-021> 27

USE OF SECONDARY RAW MATERIALS FOR THE SYSTEM
FOOD

Kravcheniuk R. U., Kravcheniuk H. U., Stadnyk I.Y., Piddubnyi V.A.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-033> 32

QUESTIONS ABOUT IMPROVING SOIL FERTILITY BY
VERMICULTING

Mitina N.B.

Computer science, cybernetics and automatics

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-010> 37

MODELING WEB PROJECTS IN THE STYLE OF MINIMALISM

Savka N.Ya., Krynytskyi O.V., Zhigalo Ya., Pohorilets A.V.

Development of transport and transportation systems

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-001> 40

RESEARCH METHODOLOGY OF DYNAMIC PROCESSES IN GAS
DISTRIBUTION MECHANISMS OF POWER PLANTS OF VEHICLES

Lohvinenko O.A.

Architecture and construction

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-017> 46

METHODOLOGICAL AND CRITERION BASES OF RESEARCH
OF FUNCTIONING OF ENGINEERING COMPLEXES DURING
CREATION OF TARGET OBJECTS OF CONSTRUCTION
INDUSTRY

Gorbatyuk Ie.V. , Tyslenko O.B., Zubrij I.M.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-023> 52

ORGANIZATION OF PRACTICE DURING THE WAR

Simonov S.I., Harkusha V.S.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-026> 58

ENGINEERING STRUCTURES FOR CIVIL PROTECTION OF
THE POPULATION

Talakh L.O., Rotko S.V.

Medicine and health care

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-028> 63

THE ROLE OF THE PSYCHOCORRECTIVE PROGRAM IN
FORMING THE STRESS RESISTANCE OF STUDENTS THE
INSTITUTION OF HIGHER MEDICAL EDUCATION

Tysevych T.V.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-031> 69

THE MECHANISM OF ACTION OF STRESSOR ON THE
EXCHANGE OF SOME BIOLOGICALLY ACTIVE
SUBSTANCES IN THE BODY

Sovtysik D.D.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-035> 75

OPTIMIZATION OF PHARMACOTHERAPY BASED ON
RESEARCH OF DRUG BIOTRANSFORMATION

Tashenova A.I., Tazhimetov B.M., Baytemirova T.A., Esirgepova S.R.

Agriculture, forestry, fishery and water management<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-027>

79

WE PRESERVE THE QUALITY OF SEED CORN

*Stiurko M.O.***Geology, geophysics and geodesy**<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-030>

83

HISTORICAL AND THEORETICAL ISSUES OF THE
DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL LAND
MARKET*Dudun T., Tyshchenko M.***Economy and trade**<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-025>

89

ACTUAL PROBLEMS OF FINANCIAL SUPPORT
AGRICULTURAL BUSINESS OF UKRAINE IN
MODERN CONDITIONS*Sapych V.*<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-036>

95

ON THE QUESTION OF THE ECONOMICS OF NATURAL USE

*Neudachyna A.I., Zhuravska N.***Management and marketing**<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-005>

97

ECO-STRATEGIES FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF ENTERPRISES*Vyshnivska B., Vyshnivskiy P.*<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-012>

100

AN INTEGRATED APPROACH TO DIAGNOSING THE INNOVATIVE
POTENTIAL OF THE REGIONAL MARKET*Zinchenko O.A.*<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-014>

105

LEADER PERSONALITY AND LEADERSHIP

Zhyvko Z., Zhyvko O.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-032> 110

THE ROLE OF HUMAN RESOURCES WITHIN MULTICULTURAL CORPORATE SETTINGS: EXPLORATION, CHALLENGES, AND OPPORTUNITIES

Bocharova N.A., Yarovyi I.O.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-034> 115

ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ENTITY THROUGH COMMUNICATION STRATEGIES

Jorovlea E.L.

Tourism and recreation

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-018> 118

CHARACTERISTICS OF EXHIBITION ACTIVITY AS A TOOL FOR PROMOTION AND IMPLEMENTATION OF TOURIST PRODUCTS

Antoniuk K. H.

Education and pedagogy

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-006> 121

SPEECH DEVELOPMENTAL ENVIRONMENT AS A MEANS OF SOCIALIZATION OF CHILDREN OF PRE-SCHOOL AGE WITH VISUAL IMPAIRMENTS

Nikolenko L. M., Kutina K. K.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-007> 127

DEVELOPMENT OF THE ORIENTATION TO A HEALTHY LIFESTYLE IN EARLY SCHOOL-AGE CHILDREN WITH INTELLECTUAL DISABILITIES

Nikolenko L. M., Tsurikova N.I.

Psychology and sociology

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-008> 133

TECHNOLOGIES OF EFFECTIVE COMMUNICATION AND RATIONAL BEHAVIOR IN CONFLICTS

Kornieieva O. M., Samoilenko O. V.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-009> 136

DEPRESSION IS ONE OF THE GLOBAL PROBLEMS OF MODERN HUMANITY

Spytska L.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-019> 139

SCIENTIFIC INVESTIGATIONS OF THE INFLUENCE OF PSYCHOTRAUMATIC EVENTS ON THE EMOTIONAL SPHERE OF A PERSON

Livandovska I. A.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-020> 145

DETERMINATION OF A HIGHSCHOOLER'S SOCIOMETRIC STATUS: MEDIA PSYCHOLOGICAL FACTORS

Teslenko M.M., Doroshenko I.S

Philosophy

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-003> 151

TRANSFORMATION OF RELIGIOUS AND PHILOSOPHICAL PARADIGMS IN SOCIETY: INSIGHTS FROM "DUNE" BY F. HERBERT

Ryzhik M.

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-029> 155

STEREOTYPES OF THE STATE AND THE LAW IN THE POLITICAL AND LEGAL MENTALITY OF THE UKRAINIAN ETHNOSIS

Shtepa O.O., Kovalenko S.V.

Philology, linguistics and literary studies

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-022> 161

THE CURRENT VALUE DOMINANTS IN THE BRITISH AND UKRAINIAN LINGUOCULTURES

Stefanova N. O.

Legal and political sciences

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-002> 164

ASSESSMENT OF GOOD CONSCIENCE WHEN ACQUIRING RIGHTS TO PROPERTY

Hlushkov V.O.

History

<https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc23-00-024> 168

HEATING STRUCTURES OF THE ANCIENT SLAVS OF THE UPPER TISA AREA AS A COMPONENT OF MATERIAL CULTURE

Penyak P.S.