**ЗМІСТ**

Вступ…………………………………………………………………………………..3

Розділ І. Історичні витоки виставкової діяльності………………………………....5

1.1 Виставкова діяльність за часів Російської імперії……………………..5

1.2. Виставкова діяльність за часів СРСР…………………………………..8

Розділ ІІ. Аналіз розвитку виставкової діяльності в Україні…………………….11

2.1. Виставково-ярмаркова діяльність в Україні…………………............11

2.2. Етапи розвитку виставкової діяльності ……………………………...14

Розділ ІІІ. Особливості сучасної виставкової діяльності в Україні …………….21  
 3.1. Загальні тенденції та перспективи розвитку………………………...21  
 3.2. Підсумки виставкової діяльності в Україні за останні роки. ………27  
Висновки………………………………………………………………………….....30

Список використаних джерел……………………………………………………...33

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** На сучасному етапі розвиток виставкової діяльності в Україні є стрімким та динамічним. З цього випливає доцільність його дослідження.

В останні десятиріччя інститут виставок та ярмарків поступово трансформувався із засобу презентації товару та демонстрації його асортименту за допомогою примірників і зразків з метою безпосереднього продажу у засіб глобальної комунікації.

Виставкова діяльність перетворилася на важливу галузь економічної діяльності, сферу професійних занять сотень тисяч людей в усьому світі зі своєю власною інфраструктурою у вигляді спеціалізованої нерухомості, професійних об’єднань, системи підготовки кадрів.

Виставкова та ярмаркова діяльність в Україні мають довгу та суперечливу історію розвитку особливості якої досліджували як зарубіжні,так і вітчизняні вчені в різні часи. Першими дослідниками були Стів Міллер, Джинні Грехем Скотт, Я. Г. Крітсотакіс, А. Б. Крутік, Є. А. Базарова, М. В. Ренетова, В. Г. Петелін, Л. Є. Островський, Л. Д. Фролова, Ф. І. Шарков, а також Грищенко І. М., Стровський Л. Е., Пєтєлін В. Г., Гусєв Э. Б., Ламбен Ж. Ж., Шарков Ф. И., Критсотакіс Я. Г. та ін.

Перспективи та проблеми розвитку виставкових заходів в Україні є актуальними. Проте, незважаючи на ґрунтовність проведених досліджень фахівців, потребують подальшого дослідження окремі питання управління виставковою діяльністю підприємств-учасників виставкових заходів, вирішення їх практичних завдань.

**Метою роботи є** дослідження стану і розвитку виставкової діяльності в Україні у різний період часу.

**Об’єктом вивчення даної теми є** аналіз розвитку виставкової діяльності в Україні.

**Предметом дослідження** – виставкова діяльність.

**Об’єкт, предмет та мета роботи зумовили вирішення наступних завдань:**

**-** Розкрити значення виставкової діяльності;

**-** Дослідити історичні витоки виставкової діяльності;

**-** Проаналізувати розвиток виставкової діяльності в Україні;

**-** Охарактеризувати сучасний стан виставкової діяльності.

Курсова робота є результатом дослідження у сфері виставково-ярмаркової діяльності. У роботі розглянуто історичний розвиток виставкової діяльності в Україні за часів Радянської імперії та СРСР.

В ході написання роботи використовувався значний обсяг інформаційних ресурсів, який стосується даної теми.

**Загалом опрацьовано два фонди** – це нормативна база (закони, установчі документи), яка частково приділяє увагу даній темі. А також використовувався значний об’єм довідкової літератури, в яких докладно охарактеризовано досліджувану проблему.

**Структурно курсова робота складається зі** вступу, трьох основних розділів, висновку та списку використаних джерел, що нараховує 17 найменувань. Загальний обсяг роботи 31 сторінка.