

Время от времени, в определенных профессиональных кругах поднимаются разговоры на тему – не вытеснит ли Интернет в скором будущем выставочный бизнес. И мысли такие понять можно, поскольку тот мощный пласт бизнес-технологий, который удачно внедряется и ведется во Всемирной Сети, настолько силен и влиятелен, что опасения понять можно. Интернет-брендинг, Интернет-магазины, Интернет-аукционы (и это далеко не полный перечень) – все это стало таким привычным, если не сказать родным.

Встает вопрос, а стоит ли тратить силы, деньги и время на выставочную стратегию и тактику, выставочные стенды и само мероприятие, если любые акции без проблем можно проводить в Интернете?.. Но в противовес этому вопросу хочется задать другой: а стоит ли вообще сравнивать два этих сегмента? Ведь мы не сравниваем, что важнее для человечества – вода или пища, жизнь невозможно ни без одного, ни без другого...

**Выставки** – это целая вселенная, состоящая из различных миров: пищевая и легкая промышленность, нефтяные и металлургические компании, целлюлозно-бумажная промышленность, машиностроение и судостроение, химия и стройматериалы, сельская промышленность, туризм и здравоохранение, промышленные технологии, реклама и безопасность.... И только выставка дает возможность «попробовать все на зуб». А еще вплотную познакомиться с партнерами, обрести новых поклонников своего бренда и явится флагманом национальной экономики на внешних рынках.

Актуальность выставки сложно переоценить. И все, кто хоть раз принимал участие, знают на собственном опыте, что правильно организованная работа на выставке дает отличные результаты. Да и как может быть иначе в государстве, где одной из достопримечательностей с давних времен была – Сорочинская ярмарка... Следовательно – выставка – это наша древняя традиция. И на сегодняшний день можно с полной уверенностью сказать, что выставочный бизнес в Украине является одним из наиболее активно развивающихся и перспективных сегментов экономики.