

УДК 658.284: 65

А.М. ХІНЦІЦЬКА, О.М. КОВАЛЬ

Київський національний університет технологій та дизайну

**РОЗВИТОК ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ  
НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

*У статті проаналізовано сучасний стан розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Обґрунтовано значення виставкової галузі для економіки країни та досліджено шляхи подолання існуючих проблем і перешкод у її подальшому розвитку.*

**Ключові слова:** виставково-ярмаркова діяльність, проблеми розвитку, шляхи подолання проблем.

Виставкова галузь в Україні динамічно розвивається і знаходиться у сфері особливої уваги держави. Визнання у світі українських виставкових компаній, створення виставкових центрів міжнародного рівня, з одного боку, відкриває нові можливості, з іншого – вимагає належної професійної підготовки та оцінки виставкових заходів.

Виставкова діяльність в Україні – невід’ємна складова розвитку ринкових процесів. Вона стимулює закріплення позитивних структурних змін в економіці, сприяє науково-технічному і технологічному оновленню вітчизняного виробництва.

Проте, попри швидкі темпи розвитку цієї сфери в Україні, у той же час, накопичилися і стали помітними негативні явища: недостатній розвиток виставкової інфраструктури, непрозорість виставкового ринку та його розпорошеність, відсутність захисту ринку виставкових послуг від іноземних компаній, відсутність системи освіти підприємців, недостатня міжнародна участь у виставках в Україні, відсутність чіткої і виразної державної політики щодо виставок. Існування такого суттєвого переліку проблемних питань зумовлює необхідність більш глибокого дослідження цієї сфери діяльності.

**Об’єкти та методи дослідження**

Багато уваги у світовій та вітчизняній літературі приділяється теоретичним засадам виставково-ярмаркової діяльності, питанням організації виставкової діяльності на підприємстві. Ці аспекти розглядають в своїх працях Александрова Н.В., Болдін О.С., Грищенко І.М., Ефіменко С.В., Крахмальова Н.А., Масляк П.О., Пекар В.О., Прокудін В.А., Філоненко І. та інші вітчизняні та зарубіжні вчені. Проте, питання проблем розвитку виставкової галузі в Україні, шляхів подолання існуючих проблем і перешкод у її подальшому розвитку є актуальними та вимагають більш глибокого дослідження на основі аналізу сучасного стану розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні.

**Постановка завдання**

Метою статті є дослідження існуючого стану розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні, виявлення існуючих негативних явищ, що перешкоджають зростанню галузі, пошук шляхів подолання існуючих проблем і перешкод у подальшому розвитку цієї галузі в Україні.

**Результати та їх обговорення**

На сучасному етапі розвитку, враховуючи посилення процесів інтеграції в світовому економічному просторі, виставково-ярмаркова діяльність є однією з найдинамічніших сфер розвитку світової економіки, оскільки відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв’язків, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, пропаганді передових технологій та нових видів продукції. Виставково-ярмаркова діяльність набуває все більш актуального значення та дозволяє комплексно вирішувати такі завдання [1–3]:

- розширення міжнародних та міжрегіональних зв'язків, поглиблення виробничої кооперації;
- поширення новітніх технологій, розширення використання інноваційних методів виробництва, сприяння технічній та технологічній модернізації підприємств;
- залучення додаткових інвестиційних коштів внутрішніх та іноземних інвесторів;
- закріплення позицій підприємств на стратегічно важливих ринках збуту товарної продукції та послуг, освоєння нових перспективних ринків відповідно до основних напрямів зовнішньоекономічної політики держави;
- стимулювання впровадження систем якості на підприємствах області, активізація процесів стандартизації та отримання сертифікатів на відповідність міжнародним вимогам, підвищення конкурентоспроможності продукції;
- визначення попиту на стратегічно важливих та перспективних ринках збуту в країнах та регіонах світу, формування відповідної виробничої політики підприємств.

Виставки та ярмарки поступово стали дзеркалом технічного розвитку, біржею інформації, індикатором цін, економічно-політичним форумом прогнозування кон'юнктурних змін, а також особливим соціальним явищем з економічним, політичним і культурним змістом.

Із здобуттям Україною незалежності та переходом економіки на ринкові засади, бізнесмени, посередники, виробники, представники органів державної влади набули певного досвіду у виставковій справі. Тематика сучасних виставок віддзеркалює нинішній стан економіки України.

Виставкова діяльність в Україні органічно вписується в розбудову ринкової економіки, яка формується. Виставки дають можливість швидко вивчити ринок і зібрати в короткий термін часу необхідну інформацію. Це найбільш вигідне місце для формування партнерських договірних відносин із посередниками, споживачами, іншими господарюючими суб'єктами ринку.

З метою здійснення державної політики у сфері виставкової діяльності, підвищення ефективності науково-технічних та промислово-торговельних виставок для розвитку народного господарства, розробки нормативно-правової бази з питань здійснення виставкової діяльності, запровадження міжнародного досвіду в організації виставок було створено Раду з питань виставкової діяльності в Україні.

У всіх країнах світу виставкова діяльність контролюється державою, однак, останнє слово у прийнятті суттєвих для галузі рішень залишається за виставковими об'єднаннями, яких в світі існує десятки. В Україні вагоме місце займає міжнародна громадська організація «Виставкова федерація України», що об'єднує на добровільних засадах та спільності інтересів громадян України, іноземних громадян та їх об'єднань для реалізації мети та завдань Федерації. Метою діяльності Федерації є сприяння розвитку виставкової діяльності в Україні, захист законних прав членів Федерації, задоволення їх соціальних, економічних, творчих та інших спільних інтересів.

Методики аудиту виставкової статистики, які використовуються у більшості країн Європи, попри певні незначні розбіжності, загалом узгоджені між собою. Саме ці методики використовують українські фірми, які проводять аудит вже сьогодні («Євроіндекс» та «Київський міжнародний контрактний ярмарок»). Виставкова федерація України (ВФУ) у 2003 році прийняла Кодекс чесного бізнесу, який заохочує проведення аудиту статистичних даних про виставки в Україні, але наразі більшість виставкових компаній не поспішає до прозорості.

З метою здійснення моніторингу цієї діяльності в Україні та за її межами, а також для оцінки ефективності роботи організаторів виставок та виставкових центрів Державна служба статистики України щорічно здійснює державне статистичне спостереження за формою № 1-виставки «Звіт про виставкову діяльність».

Про свою діяльність у 2011 році перед органами державної статистики прозвітувало 107 організаторів виставок та 19 виставкових центрів [4].

Динаміка окремих показників діяльності організаторів виставок та виставкових центрів а також структурний аналіз виставкових заходів наведені на рис. 1–3.

За даними звітів, виставковими організаціями України було проведено 1116 виставкових заходів, із них 497 виставок та 619 ярмарків. Переважна більшість згаданих заходів здійснювалась у межах України, і тільки 4 – у інших країнах (3 – у Російській Федерації та 1 – у Білорусі).

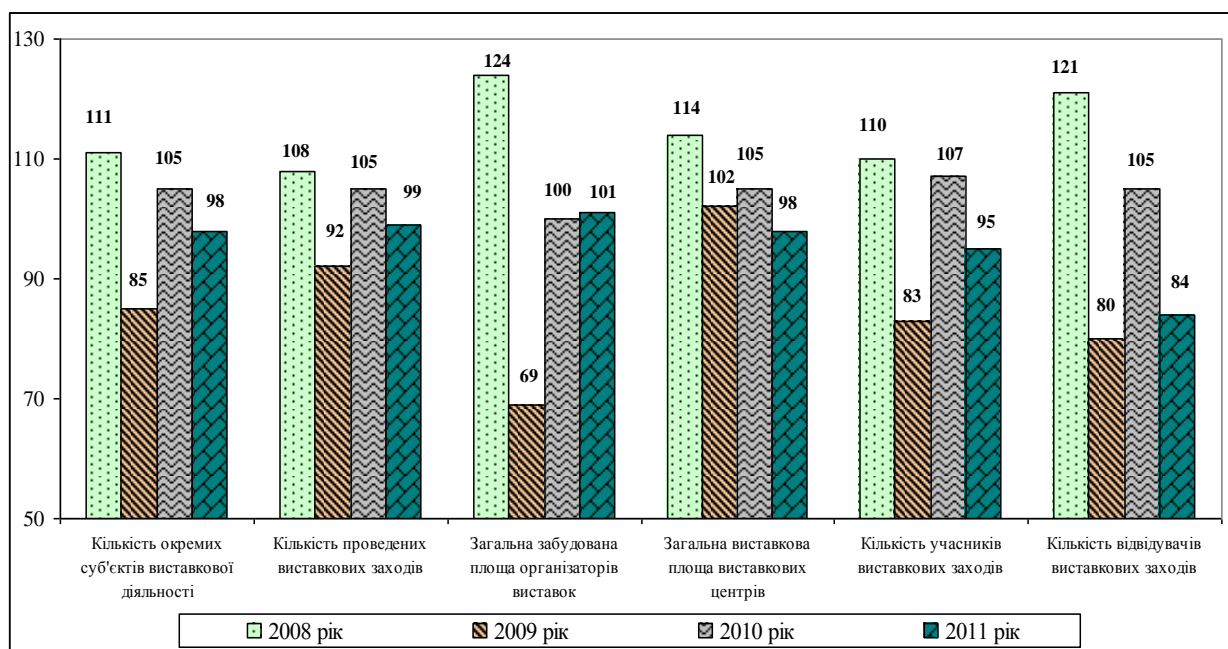


Рис. 1. Динаміка окремих показників діяльності організаторів виставок та виставкових центрів (у % порівняно з попереднім роком) [4]

Найбільшу кількість виставкових заходів (366, або 33%) було проведено організаторами виставок, зареєстрованими у місті Києві, 11% (119 заходів) – в Одеській області, по 6% (69 та 72 заходи відповідно) – в Дніпропетровській та Житомирській областях. Із загальної кількості заходів 15% мали статус міжнародних, 24% – національних, 59% – міжрегіональних, 2% – регіональних. Із 268 національних виставкових заходів 174 проводилися за участю тільки вітчизняних фірм, а 94 – вітчизняних та іноземних фірм.

Джерелами фінансування переважної більшості виставкових заходів (1095 або 98%) була комерційна діяльність. Разом з тим, 15 заходів мали змішані джерела фінансування (із них 14 – за участю державного або місцевих бюджетів).

Кожні два з п'яти заходів за тематикою відносились до галузевих (спеціалізованих), кожен третій захід – до багатогалузевих, кожен п'ятий – до універсальних.

Понад третини виставкових заходів відносились до тематичного напрямку «Ярмарки товарів повсякденного попиту», 14% – до напрямку «Текстиль, одяг взуття; товари із шкіри; коштовності; біжутерія і відповідне обладнання», 10% – до напрямку «Сільське, лісове та паркове господарство, виноградарство, садівництво і відповідне обладнання», 7% – до напрямку «Будівництво, реконструкція, оздоблення та матеріали і відповідне обладнання».

У виставкових заходах брали участь 70 тисяч організацій, із них 3,3 тисячі – іноземних. Іноземні учасники представляли 65 країн і брали участь у більшості виставкових заходів.

Роботу організаторів виставок та виставкових центрів забезпечували 1,8 тис. штатних працівників, із них 1,2 тис. мали вищу освіту.

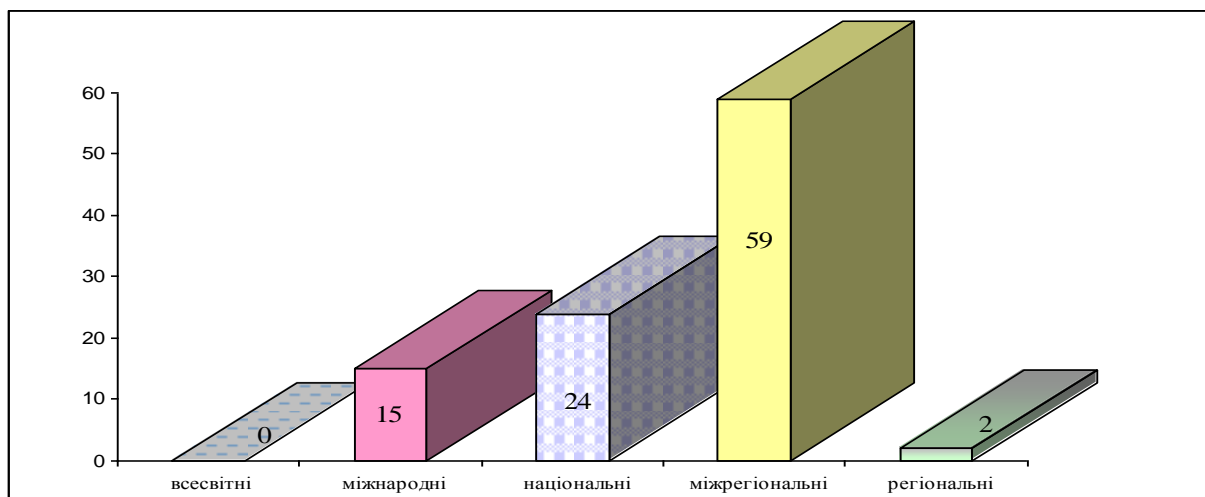


Рис. 2. Розподіл виставкових заходів, проведених у 2011 році, за статусом (%) [4]

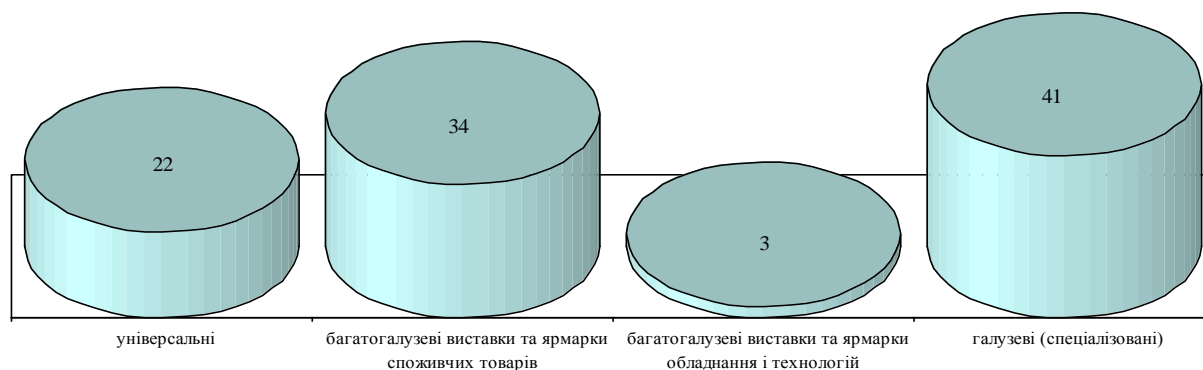


Рис. 3. Розподіл виставкових заходів, проведених у 2011 році, за тематикою (%) [4]

Для підвищення рівня розвитку виставкової діяльності, з метою збільшення потоку інвесторів, які є джерелом надходження іноземної валюти, важливим чинником розвитку ділового туризму, інструментом впливу на імідж України у світі, необхідно здійснити такі заходи:

- формування наукової та нормативно-правової бази виставкової діяльності. Існує необхідність удосконалення нормативно-правової бази у сфері виставково-ярмаркової діяльності як шляхом внесення змін і доповнень у чинні акти, так і за допомогою розробки і прийняття нових правових документів;
- підвищення економічної ефективності виставкових заходів;
- вивчення та використання міжнародного досвіду в проведенні виставок, інтеграцію суб'єктів виставкової діяльності України в міжнародний виставковий рух;
- розвиток інфраструктури в місцях проведення виставок, забезпечення належного рівня послуг для учасників та відвідувачів виставкових заходів;
- впровадження в практику виставкової діяльності аудиту статистичних даних та сертифікації виставкових заходів на основі державних стандартів;
- активізацію участі вітчизняних підприємств у міжнародних виставках за кордоном.

Найважливіші проблеми розвитку виставкової діяльності в Україні та можливі шляхи їх вирішення узагальнено представлено в табл.1.

Таблиця 1. Основні проблеми розвитку виставкової діяльності в Україні та можливі шляхи їх вирішення

Проблема	Пропозиції щодо її вирішення
Нестача обладнаних площ для проведення великих виставкових заходів	Розробка проекту створення виставкових комплексів з площею, що відповідає світовим стандартам та відповідним рівнем оснащення приміщень
Низький рівень правового забезпечення виставкової діяльності та фінансової допомоги українським підприємствам для їх участі в міжнародних виставках та ярмарках	На думку багатьох українських організаторів виставок, в держбюджеті необхідно передбачати статтю «Підтримка експортного потенціалу України» та виділяти цільові кошти підприємствам для участі в пріоритетних для вітчизняної економіки іноземних виставках
Проблема спрощення процедури перетину митного кордону	Централізація здійснення контролю в пунктах пропуску одним державним органом. Всі стягнення необхідно звести до одного, яке буде залежати від категорії громадянина, який перетинає кордон. Різноманітні обов'язкові процедури, наприклад, медичне страхування, контроль руху вантажних транспортних засобів, проводити за межами пункту пропуску, в сервісних зонах

Зростає кількість малих фірм, що паразитують у виставковому бізнесі, та створюють негативну репутацію галузі загалом	Спільно з Радою з питань виставкової діяльності в Україні Виставкова федерація України повинна провести аналіз українських організацій, які займаються виставковою діяльністю. Провести сертифікацію виставкової діяльності за трьома напрямками: виставкові центри, виставкові організації, виставкові заходи. За результатами проведення сертифікації необхідно випустити каталог, в якому розмістити вичерпну інформацію про всіх основних учасників виставкової діяльності в Україні
Відсутність чіткої системи аудиту статистичних даних про виставки, єдиної методики збору і контролю статистичних даних та єдиного органу, який реєструє і публікує узагальнену статистичну звітність про виставки	Організаторам виставок потрібно більш відповідально віднестися до необхідності проведення збору статистичних даних і аудиту виставкових заходів незалежними організаціями. Також Виставковій федерації України треба розробити і затвердити єдині правила збору і контролю статистичних даних виставкових заходів з урахуванням вимог UFI і досвіду проведення такого контролю в Україні. Доцільно щорічно видавати єдиний по Україні статистичний довідник-звіт про всі виставки і ярмарки під егідою ВФУ

Позитивними підсумками розвитку виставкової діяльності в Україні слід вважати: наявність виставок з усіх економічно та соціально важливих тематик; формування професійного середовища фахівців з виставкової справи; підйом рівня виставкового сервісу, усталення галузевих стандартів; міжнародне визнання українського виставкового руху; побудову в Україні нових сучасних виставкових центрів.

### **Висновки**

Розвиток виставково-ярмаркової діяльності є одним з ефективних методів забезпечення розвитку економіки України, стимулювання інновацій, структурних змін на користь високотехнологічних виробництв, просування передових вітчизняних технологій, товарів і послуг на внутрішній і зовнішній ринки. Своєчасне виявлення та вирішення існуючих проблем, що перешкоджають розвитку галузі в Україні, сприятиме посиленню позицій держави на світовому ринку.

### Список використаної літератури

1. Грищенко І.М., Крахмальова Н.А. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №9. – С. 113–119.
2. Захаренко Г.П. Виставка: техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2006. – 232 с.
3. Циганкова Т. Виставки і ярмарки як інструменти маркетингу: міжнародна практика та українські реалії // Маркетинг в Україні. – 2000. – №2(4). – С. 38–41.
4. <http://www.expo.org.ua>

Стаття надійшла до редакції 01.02.2013

**Развитие выставочно-ярмарочной деятельности в Украине на современном этапе**

Хинцицкая А.М., Коваль Е.Н.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

В статье рассмотрено современное состояние выставочно-ярмарочной деятельности в Украине. Обосновано значение этой отрасли для экономики страны и исследованы пути преодоления существующих проблем и препятствий в дальнейшем её развитии.

**Ключевые слова:** выставочно-ярмарочная деятельность, проблемы развития, пути решения проблем.

**Development of the exhibition activity in Ukraine at the present stage**

A. Khintsitska, O. Koval

*Kiev National University of Technologies and Design*

The article considers the current position of exhibition activity in Ukraine. The value of this sphere for the economy was justified and the ways of existing disadvantages and obstacles in the further development overcoming were explored.

**Keywords:** exhibition activity, the problems of development, the ways of disadvantages overcoming.