

і продажу продукції, скористатися послугами кваліфікованих консультантів із числа фахівців бізнес - інкубатору.

Необхідність формування інноваційного підприємництва на регіональному рівні зумовлена такими чинниками:

1) неможливістю отримання зовнішніх інвестицій і загальнодержавною економічною кризою;

2) підвищенням ступеня важливості інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють використанню досягнень НТП у діяльності підприємств;

3) швидким техніко-економічним старінням виробничих фондів і технологій;

4) специфікою процесу науково-технічного виробництва, якому притаманні такі особливості, як високий ступінь невизначеності витрат і результатів, яскраво виражена багатоваріантність рішень, вірогідність отримання негативних результатів, високий ступінь ризиків

Значний потенціал розвитку в Черкаському регіоні має мале інноваційне підприємництво як ланка, що спроможна подолати розрив інноваційного процесу, який виникає між стадією наукових досліджень та використанням їхніх результатів у практичній діяльності. Високий рівень чутливості процесів розвитку сектора малого підприємництва та реалізації його інноваційного потенціалу до створення полегшених умов доступу до ресурсів є основним мотивом винайдення та запровадження ефективних інституційних інструментів вирішення проблем ресурсного забезпечення малого підприємництва.

Формування потужної мережі технологічних парків та бізнес-інкубаторів в області дозволить швидше впровадити ринкові відносини у науково-технічній сфері, ефективно використовувати ресурси при здійсненні інновацій та результативно реалізовувати наукомісткі проекти. Не менш важливим є можливість фінансової підтримки технопарків малому підприємництву, що працює у сфері високих технологій та стимулювання виробництва принципово нової продукції. Технопарки сприяють залученню на конкурсних засадах суб'єктів малого підприємництва до реалізації державних науково-технологічних програм.

Активізація процесу створення інноваційних організаційних структур значною мірою залежить як від ініціативи органів місцевої влади, так і від самих підприємств.

4.8. Аналіз проблем щодо удосконалення нормативно-правових актів

У процесі становлення виставкової діяльності важливо врахувати магістральні напрямки її розвитку. Сьогодні виставкова індустрія знаходить-

ся на стадії усвідомлення свого місця в економічних процесах. Позиціонування своїх специфічних інтересів, розуміння своєї природи і структури, розробки ефективних стратегій поведінки компаній – суб'єктів ринку.

Як і будь-яка діяльність, а саме виставкова діяльність повинна здійснюватися за певними правилами, нормами або стандартами.

В Україні, на відміну від ряду інших іноземних держав таких як США, Німеччина, Італія, Іспанія, не існує єдиного міжнародного правового акту чи постанови, що регулює виставково-ярмаркову діяльність стосовно пострадянських країн.

Технологія організації виставок як інструмент комунікаційного виставкового менеджменту дуже складна і багатогранна. Вона тісно пов'язана з плануванням виставкової діяльності (підготовка і проведення масових заходів щодо залучення клієнтів для ознайомлення з продукцією експонента в встановленому місці).

В даний час в країнах СНГ наприклад, в Білорусі питання виставково-ярмаркового бізнесу регулюються як законодавчою базою загального характеру, так і нормативно-правовими актами Ради Міністрів, міністерств і державних комітетів Білорусі.

В Україні на сьогоднішній день проблеми стосовно удосконалення існуючої нормативно-правової бази виставкової діяльності та механізму державного статистичного спостереження, запровадження нових державних стандартів та інтернаціоналізації звичаїв ділового обороту впроваджено в "Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності" затвердженою КМУ від 22.08.2007р. № 1065.

На наш погляд, назріла проблема вдосконалення та розробки нових проєктів та постанов з питань планування, організація та проведення виставок та ярмарок на внутрішньому і зовнішньому економічних ринках, котрі будуть враховувати всі особливості виставкових заходів. Тому прийняття постанов та нормативно-правових документів тісно пов'язано з сумісною працею держави і компаній, які є учасниками і організаторами дійства.

Найбільший вклад в розробку проблем, пов'язаних з розвитком виставкової справи в світі, внесли закордонні вчені та практики Я. Критсотакис і С.Миллер. Інтенсивний розвиток виставково-ярмаркової справи в країнах СНГ отримало пропозиції з цієї теми серед російських авторів. Виставково-ярмарковому менеджменту присвячені роботи Н. Олександрової, В. Петеліна [37], Л. Старовського та ін.

Окремі питання загального характеру у сфері здійснення виставково-ярмаркової діяльності регулюються нормативними правовими актами основоположними для всіх галузей економіки.

До міжнародних договорів, регулюючих виставково-ярмаркову діяльність, учасницею яких є Україна, відносяться:

- Паризька конвенція 1928 року про міжнародні виставки;
- Угода з державами – учасниками СНГ "Про розвиток виставково-ярмаркової діяльності в Співдружності Незалежних Держав" від 26.05.1995 г.;
- митна конвенція про КАРНЕТЕ А.Т.А. для тимчасового ввезення товарів (Брюссель, 06.12.1990 р.).

За даними спілки міжнародних виставок UFI, в світі проводиться біля 30 тис. виставок, в яких бере участь близько 3,2 млн. експонентів і 350 млн. відвідувачів. Виставкова карта світу показана на рис. 4.4. За оцінками експертів, в Європі проводиться приблизно 7000 регулярних виставок, у тому числі більше 805 провідних міжнародних виставкових проєктів. Дев'ятнадцять найбільших виставок проводяться в Європі, в основному, в Німеччині.



Рис.4.4. Виставкова карта світу (2005-2006 рр.)

Крайни СНГ на світовому ринку займають лише 4% [2]. Це означає, що виставкова індустрія тільки починає набирати оберти.

Виставковий бізнес в Україні розвивається цілком динамічно, має власну інфраструктуру, матеріально-технічну базу, спеціалізовані кадри. Загальна кількість підприємств виставкової галузі в Україні (організаторів виставок, виставкових центрів, забудовників та інших спеціалізованих фірм) – біля 300, у тому числі біля 150 організаторів виставок (з них половина діє на професійній основі, для інших виставкова діяльність є непрофільною). Щорічно у 38 містах України проходить біля 580 виставок та ярмарків, з них 20% універсальних (багатогалузевих), 80% спеціалізованих. Найбільші виставкові міста України - Київ, Донецьк, Одеса, Львів, Харків, Дніпропетровськ. За приблизними оцінками, загальний обсяг виставок в Україні – приблизно 310 тис. кв. метрів чистої площі, кількість підприємств – учасників

виставок біля 28 тис., відвідувачів - 6,2 млн. осіб. Основну роль на ринку грають фірми, що мають власні виставкові програми.

Найбільший в Україні та Центральній і Східній Європі унікальний національний виставковий комплекс "Експоцентр України". Територія Експоцентру, закріплена Державним актом у постійне користування. У Німеччині виставкові центри є акціонерними товариствами. Основні власники акцій – власники земель і місць проведення виставок, що видають дозвіл на проведення виставок, визначають склад їхніх учасників, тривалість, представництва промислового сектора і категорії відвідувачів. У Великобританії практично відсутнє нормативне регулювання торговельних виставок. Держава володіє і керує головною виставковою структурою - Національним виставковим центром у Бірмінгемі поряд з існуванням приватних виставкових центрів. Для проведення виставок у Франції потрібен дозвіл з Міністерства торгівлі. Державні органи володіють або керують головними виставковими центрами в Парижі і Ліоні. Існує цілий ряд законодавчих актів, постанов і декретів уряду, які регламентують виставково-ярмаркову діяльність, а саме положення про ярмарки і салони, циркуляри про дозвіл комерційних демонстрацій. Галузь виставково-ярмаркової діяльності у США регулюється загальними нормами. А в Італії керування виставками здійснюють області і центральний уряд. Таким чином, виставкова діяльність у країнах з розвинутою ринковою економікою звичайно контролюється і підтримується державою, що обумовлено її особливою значимістю для промислового, науково-технічного і соціального розвитку суспільства.

Основні критерії проведення виставкових заходів показано на рис. 4.5.



Рис. 4.5. Основні критерії організації і проведення виставкових заходів.

Успішна реалізація великомасштабних виставкових проєктів (міжнародних, національних, міжгалузевих виставок) багато в чому залежить від сумісних зусиль зацікавлених міністерств і відомств, суспільних структур.

Державна підтримка в Україні забезпечує суспільно-політичну значущість, рівень і масштаб виставки, її заходи є основою для вирішення великого комплексу задач, способом обговорення корпоративних проблем, що сприяє виробленню державної політики, направленої на підтримку і стимулювання представленої на виставці індустрії.

У світі система державної підтримки виставкової діяльності є одним з пріоритетів державної політики, реалізуючись в декількох напрямках:

- підтримка виставкового бізнесу як галузі економіки;
- підтримка національних виробників;
- підтримка окремих виставок в країні і за її межами.

Певна робота проводиться в цьому напрямі в Україні.

Заходи держави, виставкового співтовариства по впорядкуванню виставкової діяльності в країні сприяють роботі по розвитку кожної окремої виставки, оскільки привертають увагу державних діячів, урядовців окремих відомств, широкої громадськості до виставкової тематики.

Поділяються виставки на: міжнародні, міжрегіональні, регіональні, галузеві.

Виставки, в яких передбачено часткове бюджетне фінансування, яке реалізується по двох напрямках, передбачених у державному бюджеті (489-16) Постановою КМУ від 21.03.2007 р. №533 за програмою "Інформаційне забезпечення участі України у міжнародних форумах, конференціях, виставках" це: фінансова підтримка учасників виставки; фінансування самої виставки [39].

Бюджетні кошти використовуються на оплату:

- робіт (послуг), пов'язаних з орендою та облаштуванням виставкових площ;
- придбання витратних матеріалів та сувенірів;
- вартості телекомунікаційних служб, у тому числі підключення до Інтернету;
- витрат з відрядження членів офіційних делегацій та працівників, які займаються обслуговуванням національних експозицій;
- послуг медичного обслуговування, перекладачів тощо;
- послуг на виготовлення та розповсюдження рекламно-інформаційних матеріалів на друкованих і електронних носіях;
- придбання квитків для відвідування міжнародних виставок;
- витрат, пов'язаних з проведенням ділових зустрічей з представниками державних органів та ділових кіл країни проведення виставкового заходу;
- представницьких заходів керівника офіційної делегації України на міжнародних виставках та ярмарках;
- витрат з виконання підготовчих робіт та перебування працівників, які займаються обслуговуванням національних експозицій;

- проведення тендерних процедур, пов'язаних з облаштуванням павільйону України на Всесвітній виставці "Експо-2010";

- придбання або оренди технологічного обладнання та інвентарю для облаштування павільйону України на Всесвітній виставці "Експо-2010".

Замовник робіт і послуг зобов'язаний вживати дієвих заходів для недопущення виникнення кредиторської заборгованості на кінець року стосовно виконання умов договору. Паспорт бюджетної програми розподілу бюджетних асигнувань за напрямками затверджується спільним наказом Міністерства економіки та Міністерства фінансів України. Відповідальність за цільове та ефективне використання бюджетних коштів покладається на Міністерство економіки України.

Існує добре розроблений інструментарій роботи з державними структурами. Серед ефективних способів можна назвати наступні:

- лист про підтримку виставки за підписом перших осіб Уряду, міністерств і відомств;

- видання розпорядчих документів державних структур залежно від типу виставки, ситуації, що склалася, можливий вихід наступних офіційних документів, що забезпечують підтримку виставки: *постанова Кабінету Міністрів України, розпорядження Кабінету Міністрів України, наказ Держкомстат України та ін.* (рис. 4.6);

- підписання Офіційного вітання учасникам виставки;

- створення складу Організаційного комітету з підготовки та проведенню виставок затверджується згідно додатку до розпорядження Кабінету Міністрів України. Керівники беруть участь в організації виставки державних структур, професійних і суспільних об'єднань і асоціацій, крупних підприємств галузі, ЗМІ можуть увійти до складу Організаційного комітету із підготовки і проведення виставки;

- проведення спільних ділових заходів (конференцій, семінарів, професійних заходів, PR акцій).

Застосування відзначених принципів у виставково-ярмарковій діяльності дозволяє синтезувати розрізнені задачі в цілісний механізм дії на соціальні об'єкти і сприяє ефективному соціальному розвитку різних підсистем виставково-ярмаркового комплексу.

Виходячи з викладеного матеріалу можна зробити висновки, що діюча нормативно-правова база недостатньо регулює питання щодо виставково-ярмаркової діяльності. Нормативних акти державного рівня, щодо індустрії, часто суперечать один одному і вимагають доробки. Наприклад, в постанові КМУ від 22.08.2007 р. №1065 Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні "Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності": рішення про участь вітчизняних суб'єктів господарювання у міжнародних виставках і ярмарках, що проводяться за кордоном

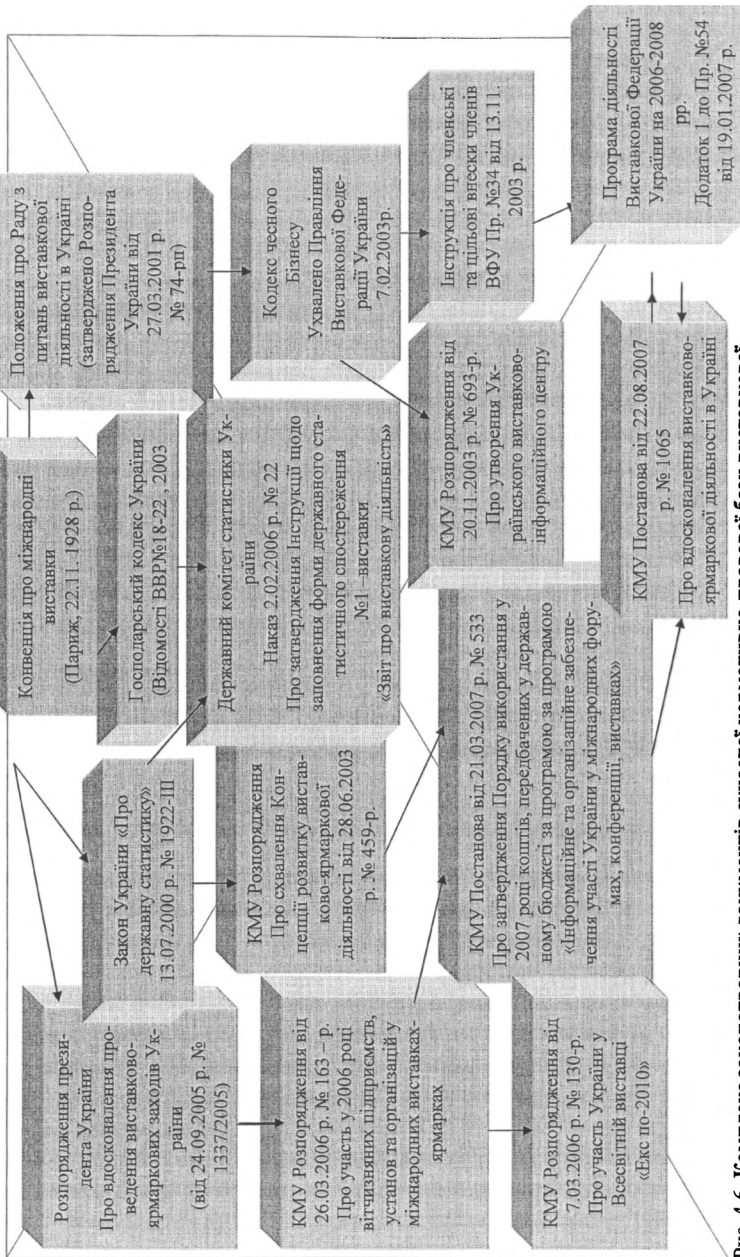


Рис. 4.6. Комплекс законотворчих документів сучасної нормативно-правової бази виставкової діяльності України

з частковим фінансуванням витрат за рахунок коштів державного бюджету приймає КМУ, місцевих бюджетів, а також в цьому документі є рішення про участь у міжнародних виставках і ярмарках, що проводяться за кордоном, за відсутності фінансової підтримки приймають вітчизняні учасники таких виставок і ярмарків [40]. Постає питання чи є фінансова підтримка щодо проведення міжнародних виставок-ярмарок?

Специфіка виставково-ярмаркової діяльності дає змогу стверджувати, що вдосконалення нормативно-правової документації в цій сфері здійснюється складно і потребує досить тривалого часу.

До проблем не врегульованим чинним законодавством, також слід віднести питання оподаткування, у тому числі подвійного (як для експонатів, так і для організаторів виставок), митне регулювання, оборот окремих видів товарів, що ввозяться для експонування на територію України.

Планується поновити бюджетне фінансування національних експозицій України на найбільших світових виставках, приєднатися до міжнародних угод щодо спрощення митних процедур ввезення виставкових експонатів, заплановано низку інших конкретних заходів. В програмі діяльності Виставкової Федерації України на 2006-2008 рр. Додаток 1 до пр. №54 від 19.01.2007 р. постають питання щодо участі в розробці, вдосконаленні, впровадженні, аналізі функціонування нормативно-правових актів, що стосуються виставкової діяльності в Україні [42].

Подальша глобалізація виставкової індустрії, її інтеграція в світове економічне середовище, вступ України до СОТ є чинниками, які "підштовхують" виставковий бізнес до інтернаціоналізації і стандартизації свого правового поля з метою зробити цей ринок привабливішим і відкритим.

4.9. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства: методичний аспект

Серед основних державних пріоритетів внутрішньої політики багатьох провідних країн визначається інноваційний розвиток, який є запорукою життєздатності та конкурентоспроможності економіки. Формування інноваційної моделі розвитку, в якій роль головного джерела довготривалого економічного зростання відіграють наукові надбання та їхнє технологічне застосування, є основою підвищення конкурентоспроможності економіки України, гарантією її економічної безпеки та чільного місця серед інших європейських країн. Як зазначається в "Стратегії економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки)", реалізація інноваційної стратегії економічного зростання потребує прискореного розвитку високотехнологічних виробництв, спроможних виробляти наукомістку продукцію з високою доданою вартістю, формування експортного потенціалу цих виробництв, підвищення технологічного рівня підприємств завдяки прогресивним вітчизняним та світовим науково-технічним досягненням [51, с. 112].