

надавати формулі середньої геометричної зваженої. Для визначення вагомості показників використовується експертна оцінка.

Оцінка логістичного потенціалу проводиться на основі інформації статистичної та бухгалтерської звітності, оперативних даних відділів та служб підприємств.

### Література

1. Семененко А.И. Предпринимательская логистика. – СПб.: Политехника, 1997. – 349 с.
2. Родников А. Н. Логистика: Терминологический словарь. – 2-е изд., М.: ИНФРА-М, 2000. – 340 с.
3. Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория, практика. – СПб.: ИНВЕСТ-НП, 1996. – 232 с.

## СВІТОВІ ВИСТАВКОВІ ЗАХОДИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК

КИРИЛКО Н.М., ШАБЛИСТА Л.М.

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

*У статті розглянуто теоретичні та практичні питання, що стосуються розвитку виставкової індустрії на світовому ринку товарів та послуг, а також представлений порівняльний аналіз досліджень проведення виставок серед країн в сучасних умовах.*

### Постановка проблеми

Виставковий бізнес є одним із основних та ефективних інструментів інтеграції національних економік у світову господарську спільноту, а виставки займають провідне місце в стратегії просування товарів і послуг на нові ринки збуту. У процесі розвитку виставкова індустрія сформувалася як окрема галузь.

Ринок виставково-ярмаркових послуг – це географічний простір, на якому товаровиробникам або їх посередникам надається можливість вибору конкретних виставкових заходів у визначених адміністративних центрах для демонстрації своєї продукції на комерційній основі [1].

У виставках та ярмарках, що проводяться на території України, підприємства беруть участь самостійно, але не всі промислові підприємства, не мають можливостей презентувати свою продукцію та послуги, у зв'язку з обмеженістю фінансових ресурсів. В протилежність цьому, зарубіжні компанії одержують підтримку безпосередньо від держави, що відображається в програмі стратегічного розвитку економіки країн.

Інші причини такої рідкісної самостійної участі українських фірм в міжнародних виставкових заходах пов'язані з наступними чинниками:

- обмежені розміри площин підприємств;
- слабкий рівень менеджменту;
- недоліки політики маркетингу;
- обмежені економічні можливості;
- недолік знань про вигоди такої участі;
- недостатність кваліфікованих фахівців;
- дефіцит організаційного досвіду;
- недостатня фінансова підтримка держави.

Тактика і стратегія виставкової роботи мають вигляд наукової дисципліни, в якій сплелися пошук шляхів завоювання нових ринків, діагностики якості менеджменту, маркетингові дослідження, що дозволяє принципово по-новому виводити продукцію на світові ринки з урахуванням реальних і не завжди сприятливих умов.

### Аналіз останніх досліджень

В умовах швидкозмінної світової економіки, щоб успішно реалізовувати свою продукцію, експортери та імпортери повинні мати гарантований доступ до різної інформації: про попит на свою продукцію потенційних покупців, про конкурентів, рівня цін, про те, як довести відомості про свою продукцію до зовнішнього світу. Позитивний вплив на експортну складову має участь експортерів та імпортерів у міжнародних виставках і ярмарках де як експоненти, так і відвідувачі зацікавлені в їх проведенні. Тому сьогодні цілеспрямована політика держави повинна сприяти збільшенню участі українських підприємств у виставках (ярмарках) на світовому ринку. У процесі дослідження щодо кількості проведених виставкових заходів в Україні та за її межами за останні п'ять років з'ясовано, що вони збільшились більш ніж у два рази (рис. 1).

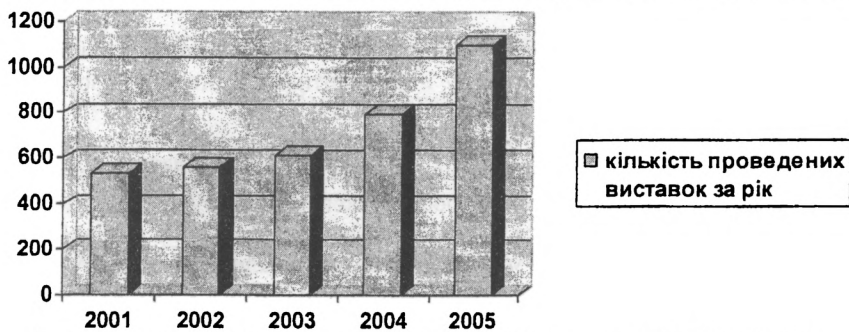


Рис 1. Динаміка розвитку виставкової діяльності України за період 2001-2005 рр.

На відміну від інших розвинутих країн світу в Україні у 2006 році організовано та проведено майже в декілька разів менше виставок та ярмарків (табл. 1) [2].

Таблиця 1

**Кількість проведених виставок у деяких країнах та інтегрованих структурах у 2006 році**

№ п/п	Найменування країни	Кількість виставок/рік
1.	ЄС в тому числі Німеччина	7900
2.	Країни СНД в тому числі Балтії (крім України та Росії)	4200-4500
3.	Росія	2500-000
4.	Україна	Більш ніж 1100

Основною метою статті є вивчення проблем розвитку виставкової індустрії в Україні та за її межами, обґрунтування шляхів покращення щодо просування товарів та послуг на світовий ринок.

**Виклад основного матеріалу**

Торгові виставки (ярмарки) надають можливість з мінімальними витратами вчинити "кругосвітню подорож" по промислому світу, ознайомитися зі станом галузі і об'єктивно оцінити власну продукцію. Відносно цін і комерційних умов виставки (ярмарки) допомагають експоненту проявити свої сильні сторони або ж адаптувати вживану їм політику до відповідної поведінки конкурентів. В області збуту для експортера виставки (ярмарки) представляють справжню перевірку ефективності логістичної системи та страхування, що використовується, і в той же час, активно сприяють адаптації до умов конкуренції.

Основна унікальна риса виставок – забезпечення особистого контакту виробника (постачальника) зі споживачем.

Найбільші міжнародні виставки і ярмарки – це інструмент, який використовують уряди багатьох країн для діалогу з громадськістю і діловими колами. Уряди більшості країн світу надають матеріальне сприяння промисловості своїх країн, у рамках участі підприємств у великомасштабних виставках (ярмарках). Прикладом може послужити Ганноверська виставка (ярмарка) – одна з щорічних політико-економічних подій світу. На ній кожного року представляють продукцію більш ніж 7,5 тис. фірм з 70 країн світу. Виставкова індустрія в країнах GCC (Рада співпраці Персидської Затоки) переживає зараз істотний бум, що свідчить про модернізацію і процвітання в промислових галузях та сфері послуг. Кількість виставкових заходів, що проводяться регіонів постійно збільшується, виставкові центри удосконалюються, щоб справдзувати потреби ринку, функціонує 16 міжнародних виставкових центрів, які відповідають останнім тенденціям [3]. Це також відображається на стрімкому розвитку міст і промислової інфраструктури в регіоні. Політика урядів підтримує розвиток і зростання приватного сектора, що привертає крупних іноземних інвесторів.

За роки незалежності Україна набула сучасних розвинених форм у виставковій індустрії.

Закономірним підсумком цього етапу є міжнародне визнання українських організаторів виставок до міжнародних виставкових спілок. Виставкова федерація України (ВФУ), об'єднавши провідні українські виставкові компанії, стала асоційованим членом Спілки міжнародних виставок UFI. Та на жаль Україна не в повній мірі використовує потужний інструмент розвитку економіки, як виставки. Найважливішими проблемами є: *недостатній розвиток виставкової інфраструктури, що призводить до зниження якості та ефективності виставок, зниження іміджу виставкової справи, непрозорість виставкового ринку (відсутність достовірних даних про виставково-ярмаркову діяльність), виставковий ринок надзвичайно розпорошений (велика кількість малих внутрішніх та мала кількість великих міжнародних виставок).*

Тому розв'язання перерахованих проблем можливо при таких умовах:

- включення виставкових центрів до переліку найважливіших об'єктів міської інфраструктури дозволить залучити необхідні інвестиційні та кредитні ресурси для подальшої розбудови в країні сучасних виставкових центрів, цільовій підтримці місцевої виконавчої влади;
- введення державної статистичної звітності виставкових організацій, що дасть можливість мати достовірну інформацію, а також впровадити аудит статистичних даних про виставки;
- прийняття нових стандартів у виставковій галузі, що дасть можливість впливу держави на повільні

процеси консолідації ринку.

До участі у виставкових заходах України в інших країнах обов'язково повинні включатися експертні групи Національного експертно-аналітичного центру і співробітники Центру з інформаційно-маркетингового забезпечення виставкової діяльності та ін [4].

Центр з інформаційно-маркетингового забезпечення виставкової діяльності створюється у складі Національного експертно-аналітичного центру у вигляді окремого структурного підрозділу. Відповідні центри забезпечують проведення на виставкових заходах роботи експертних груп і аналітичну обробку отриманої інформації. Експертна група підпорядковується даним центрам і складається з фахівців різних напрямів, котрі займаються: розповсюдженням інформаційно-маркетингових матеріалів про Україну; збором інформації про експонентів; проведенням попередніх маркетингових досліджень; виявленням напрямів у промисловості, у яких Україна має можливість конкурувати на світовому ринку; підготовкою доповіді з експертною оцінкою.

Якнайкращою формою підтримки виставкової індустрії в Україні є фінансова підтримка державних вітчизняних експортерів у їх участі в організаціях та міжнародних виставках, як усередині країни, так і за її межами. Другою формою підтримки могла б бути державна програма залучення інвестицій у будівництво мережі експоцентрів. Третя важлива форма підтримки – інформаційні ресурси державних ЗМІ для реклами виставок, а також використання ресурсів держави за кордоном для представлення України як висвітлення діяльності українських товаровиробників за кордоном, через ланку торгівельно-економічних місій. Основні тенденції – динамічне зростання (більше 15 % в рік), підвищення рівня технологічної і технічної оснащеності. Сильно відрізняє український виставковий бізнес від російського прагнення до східноєвропейської інтеграції – до співпраці з колегами з інших країн регіону.

«5pEXPO» – Міжнародний форум виставкової індустрії – перший комплексний захід, що інформує споживачів виставкових послуг про всі аспекти діяльності виставкових центрів, компаній і операторів, фірм-розробників і постачальників та ін. Міжнародний форум виставкової індустрії «5pEXPO» націлений на розв'язання питань прискорення інтеграції країн СНГ в світову економіку, галузевих операторів – в міжнародний бізнес; розширення спектру і підвищення якості запропонованих послуг; інформування операторів і споживачів послуг про стан виставкової індустрії та перспективах її розвитку [5].

Правовий адміністративний бар'єр є одним з інструментів протекціонізму (політика захисту вітчизняного виробника від іноземних конкурентів). Позитивне функціонування адміністративного бар'єру у зовнішньоекономічній політиці держави сприяє вдосконаленню технічних та санітарних стандартів, сертифікування товарів та послуг, встановленню норм економічної безпеки щодо проведення виставкових заходів [6].

Атестація продукції на відповідність міжнародним стандартам – це прямий шлях до зростання виробництва і прибутку, до фінансового успіху. Адже система менеджменту якості, розроблена за принципами стандартів серії ISO, що впливає не тільки на сегмент якості, а також спроможна ефективно впливати на організацію виробництва. Це безцінний ресурс, що дозволяє зрозуміти запити клієнтів і сприяє управлінню виробництвом.

Забезпечуючи близько 50 % робочих місць, зовнішня торгівля має надзвичайне значення для економіки України. Хоча така велика частка експорту в структурі ВВП рахується небезпечною в розвинутих країнах, для України ж завдяки розвитку експорту необхідно досягти позитивного сальдо торгового балансу без скорочення імпорту життєво важливих товарів і рішення проблеми погашення зовнішньої заборгованості. Зростання експорту одночасно дозволяє розширити можливість імпорту і посилити, таким чином, інтеграцію національної економіки в систему міжнародного розподілу праці. Незалежно від того, що деякі підприємства приймають участь самостійно без економічної підтримки держави, або навпаки, ця справа є державною.

**Висновки** Сьогодні в Україні та за її межами відбувається переосмислення пріоритетів, які все більше визначаються не тільки ростом їх кількості, але й випереджаючим зростанням якості продукції, необхідності в повній мірі задовольнити запити споживачів.

Для подальшого розвитку виставкової діяльності в Україні необхідно:

- 1) визначати і здійснювати параметри цільової фінансової підтримки виставкової діяльності в Україні;
- 2) постійно визначати актуальні напрямки виставкової діяльності, які розкривають науково-виробничий потенціал економіки України з метою залучення конкретних іноземних інвесторів;
- 3) визначати пріоритети розширення та механізми регіональних та міжрегіональних виставок-ярмарок, як бази для формування державних та світових виставок-ярмарок;
- 4) ввести в практику обов'язкове проведення конкурсів на організацію тематичних виставок з найбільше значимих питань соціально-економічного розвитку країни який, щорічно буде складати основу планів проведення вказаних виставок державного і світового рівня;
- 5) вважати за доцільним проведення щорічної координації організації виставок державного рівня з метою досягнення максимального ефективности реалізації їх ідейно-тематичного значення.

## Література

1. Петелин В.Г. Основы выставочной деятельности: учебник для студентов вузов. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 447 с.
2. Александрова Н.В., Филоненко И.К. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации. – Тула: ОАО ИПО «Лев Толстой», 2006 г. – 384 с.

3. www.ufinet.org
4. Проект Закону «Про виставкову діяльність в Україні» № 7812 12.07.2005 р.
5. www.exporcentr.ru
6. Круш П.В., Тульчинська С.О. Макроекономіка: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.
7. Захаренко Г.П. Виставка: техніка и технологія успеха. – М.: Вершина, 2006. – 236 с.
8. www.informexpo.ru

## ОРГАНИ МІСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ НА ПРАВОБЕРЕЖНІЙ УКРАЇНІ У КІНЦІ XVIII – 70-Х РОКАХ XIX СТ. (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВОЛИНСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ)

КОЗАК Л.В., КАРЛІНА О.М.

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

*Розглянуто організацію міського самоврядування на Правобережній Україні у кінці XVIII – 70-х роках XIX ст., основні напрямки діяльності міського управління впродовж періоду, коли закладався фундамент сучасної системи міських фінансів. Досліджено структуру органів міського самоврядування, їх компетенцію та форми взаємодії з органами державної влади.*

Організаційна складова є вагомими чинником у забезпеченні економічного розвитку регіону та держави. Рациональне створення органів управління, визначення їх компетенції та встановлення контролю за їх діяльністю забезпечує ефективне використання ресурсів (грошових, людських та ін.), що є запорукою економічного зростання. Постійний пошук оптимальних організаційних форм управління доходами та цільового фінансування видатків адміністративних одиниць актуалізує вивчення проблеми історико-економічного досвіду та витоків системи місцевого управління фінансами.

Метою наукової статті є визначити правові підстави формування системи місцевого самоврядування на Правобережній Україні, проаналізувати структуру, компетенцію органів міського самоврядування, їх зв'язок з органами державної адміністрації. Хронологічні межі роботи обумовлені часом приєднання Правобережної України до Російської імперії та початком реформування міського самоврядування на підставі „Міського положення” 1870 року.

Формування системи органів міського управління оглядово розкрито в роботах науковців середини XIX – початку XX ст. Відомий економіст І. С. Бліох досліджував еволюцію державних фінансів, зв'язок місцевих органів самоврядування та органів державної адміністрації [1]; І. Діятін, П. Мулов аналізували тенденції розвитку міського господарства в цілому на території Російської імперії, не вказуючи на значні регіональні особливості Правобережної України [2]. На сьогодні фінанси місцевих органів влади у Правобережній Україні в XIX ст. ще не стали предметом спеціального дослідження. Лише окремі аспекти міського управління розглядаються у сучасних історико-економічних й історико-правових працях О. М. Головка, М. В. Бармака у контексті дослідження формування владних інституцій Російської імперії, В. М. Орлика – розвитку державних фінансів на Україні.

Унаслідок інкорпорації Правобережної України до складу Російської імперії постало завдання зміни організаційно-правових засад самоврядування у містах. Відомий науковець XIX ст. П. Мулов стверджував, що одним із завдань реформ міського управління кінця XVIII ст. на території Російської імперії було розмежування адміністративних і судових функцій органів влади, унаслідок чого мало відбутися звуження компетенції магістратів до суто судових повноважень [2, 86]. Виняткове становище магістратів в окремих губерніях (у тому числі і на Правобережній Україні – примітка автора), які продовжували поєднувати фінансові, адміністративні, судові функції, він пояснював неспроможністю російського самодержавства у короткі строки замінити існуючу систему розгалуженою мережею місцевих органів державної адміністрації. Крім того, необхідність забезпечення лояльного ставлення жителів прикордонних губерній до російського самодержавства та підготовка адміністративно-фінансових перетворень, що мали за мету уніфікувати системи правового регулювання, місцевого управління та фіскальної політики держави, вимагало перехідного періоду для новоприєднаних територій. У зв'язку з цим міське управління на Правобережній Україні було залишене майже без змін. Містам було дозволено користуватися своїми станово-корпоративними правами і привілеями на підставі збірників магдебурзького права, якими вони керувалися у складі Речі Посполитої [3, 152]. Ці нормативно-правові акти, які визначали основні засади функціонування міського самоуправління, зберігали чинність на території Правобережної України до середини XIX ст. У такий спосіб до 60-х рр. XIX ст. основними органами міського управління у Волинській губернії залишалися переважно міські магістрати, ратуші, рідше – міські думи.

Міські магістрати функціонували у губернському центрі й семи повітових містах Волинської губернії – Житомирі, Новоград-Волинському, Луцьку, Ковелі, Овручі, Кременці, Володимирі та Дубно (з 40-х рр. XIX ст.) [4, 277 зв.]. До 60-х рр. XIX ст. міські думи були створені лише в Новоград-Волинському (з кінця XVIII ст.) та Житомирі (з 1838 р.). Судові та господарські справи Рівного, Заслава, Староконстантинова, Острога та Дубно (до 40-х рр. XIX ст.) велися міським магістратом і міською думою Новоград-Волинського. Міська ратуша, яка поєднувала судові та господарські функції, функціонувала лише в одному позаштатному містечку Волинської губернії – Олиці [5, 2 зв.].

До постійного штату працівників магістрату, який затверджувався губернським правлінням, входили