

МІЖНАРОДНІ ВИСТАВКИ І ЯРМАРКИ ЯК СПЕЦИФІЧНА ФОРМА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

© Л.Ю. Окань, 2014

Міжнародні виставки і ярмарки посідають провідне місце у світових економічних відносинах. Щороку зростає роль виставково-ярмаркової діяльності, оскільки це дає можливість продемонструвати товар, налагодити ділові зв'язки, налагодити нові ділові зв'язки, розширити клієнтську базу. Водночас виставкова діяльність є ефективним інструментом просування кампанії у міжнародній торгівлі.

Виставково-ярмаркова діяльність виступає однією з найдинамічніших сфер у сучасній світовій економіці. Її важливість полягає у зміцненні міжнародних зв'язків, розвитку внутрішньої і зовнішньої торгівлі завдяки демонстрації зразків товарів, а також через представлення наукових, технічних, культурних і мистецьких досягнень. Водночас завдяки прямому контакту з споживчою аудиторією (клієнтами, партнерами, дилерами, торговими агентами, т.д.) проводиться процес ділових переговорів, внаслідок чого відбувається здійснення оптової торгівлі по зразках та підписання міжнародних контрактів. Для світового ринку міжнародні виставки і ярмарки слугують важелем впливу, що закріплює позитивні структурні зміни в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва.

Проблеми сутності, функцій та розвитку, а також окремі питання щодо організації і регулювання міжнародної виставково-ярмаркової діяльності розглянуті у працях таких вітчизняних та іноземних науковців: Н.В. Александрова, І.М. Грищенко, Г.П. Захаренко, Н.А. Крахмальова, Я.Г. Кристотакіс, Ж.Ж. Ламбен, Л.В. Лукашова, В.П. Мікловда, В.А. Пекарь, Г.Т. П'ятницька, Є.В. Ромат, О.В. Сініціна, Є.Є. Старобінський, Л.Е. Стровський, В.І. Фарберов, Т.М Циганкова, Ф.І. Шарков та ін.

В Україні питання міжнародної виставково-ярмаркової діяльності регламентуються низкою нормативно-правових актів. Зокрема, у Постанові КМУ «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» сформульовані визначення основних понять [1]:

- виставка – це захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій;

- ярмарок – це захід, безпосередньо пов'язаний з роздрібною або оптовою торгівлею, що проводиться регулярно в певному місці та у визначений строк.

Міжнародними є виставка і ярмарок, в яких частка іноземних компаній або організацій становить не менш як 10 відсотків загальної кількості учасників.

Значимість і роль виставково-ярмаркової діяльності у світовій економіці постійно зростає. Підтвердженням того є динаміка розвитку міжнародного виставкового ринку. Щороку збільшується кількість виставково-ярмаркових заходів, проводиться розбудова сучасної інфраструктури виставок, збільшується кількість учасників відповідних заходів.

Виставкова діяльність в Україні є пріоритетною галуззю, важливим важелем нарощування експортного потенціалу, просування продукції вітчизняних виробників на міжнародні ринки, залучення передових фірм до участі в розвитку економіки країни [2]. За останнє десятиліття на українському ринку прослідковуються динамічні коливання основних показників, що характеризують виставково-ярмаркову діяльність (табл.1).

З табл. 3 видно, що попит та інтерес до виставково-ярмаркової діяльності в Україні зберігається. Згідно даних статистичного звіту за останній рік виставковими організаціями було проведено 922 виставкових заходів, із них 14% мали статус міжнародних. Часка іноземних учасників, які взяли участь у виставкових заходах склала близько 3 тис. організацій (із 56 тис. загальної кількості учасників). Загалом, за період проведення виставково-ярмаркових заходів в Україні у 2013 р. було представлено 63 країни, які брали активну участь у більшості виставкових заходах.

Динаміка основних показників виставково-ярмаркової діяльності в Україні за період 2004-2013 рр.

Показники	Періоди, рр.										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013р. у % до 2012р.
Кількість проведених виставкових заходів – всього	1019	1 094	1 107	1 088	1 174	1 076	1 127	1 116	1 010	922	91,3
<i>із них</i>											
виставки, кількість заходів	453	572	566	593	653	512	510	497	480	403	84,0
ярмарки, кількість заходів	566	522	541	495	521	564	617	619	530	519	97,9
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис.кв.м	899	1 231	1 540	1 476	1 836	1 267	1 268	1 283	1 040	909	87,4
Загальна виставкова площа виставкових центрів, тис.кв.м	198	203	210	169	192	196	206	202	201	201	100,0
Кількість учасників виставкових заходів, тис. осіб	72006	66376	74082	74937	82453	68745	73367	69616	62645	55895	89,2
Кількість відвідувачів виставкових заходів, тис. осіб	10101	9834	11891	11006	13309	10629	11161	9351	6732	5597	83,1

Примітка: адаптовано автором з [3]

Україні, як країні з мало розвинутою економікою необхідно брати активну участь у розвитку міжнародної виставково-ярмаркової діяльності, оскільки проведення міжнародних виставок і ярмарків виступає не лише ефективним рекламним заходом та інструментом розповсюдження товару для вітчизняних підприємств, а й надає можливість виходу на зовнішній ринок, здійснення ефективної міжнародної торгівлі, налагодження тісних зовнішньоекономічних зв'язків та підвищення розвитку торгівлі у світовій економіці.

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. N 1065 «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF. 2. Проект Закону №7812 від 12.07.2005 «Про виставкову діяльність в Україні» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=25190&pf35401=75248 3. Виставкова діяльність в Україні у 2013 році. Статистичний бюлетень. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.expo.org.ua/ua/files/stats2013.xls