

УДК 351.84

О. С. БОЛДІН

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОГО БІЗНЕСУ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Проаналізовано напрямки та інструменти державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності, що застосовуються в зарубіжних країнах.

In the article directions and instruments of government control of exhibition-fair activity that used in foreign countries are analyzed.

Протягом останніх десятиріч в Україні закладалися основи сучасної виставкової інфраструктури: з'явилися виставкові фірми й організації виставкового сервісу. У міру ускладнення та розвитку ця сфера починає гостро потребувати координації її діяльності. Але хто ж повинен забезпечувати її регулювання: держава, громадські організації, ринкові механізми?

Питання – регулювати чи не регулювати виставковий бізнес на державному рівні – залишається відкритим до цього часу не тільки в Україні, але й у Європейських країнах. В активній дискусії на тему необхідності державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності (далі – ВЯД) беруть участь як аналітики-теоретики, так і безпосередні учасники виставкової індустрії, керівники виставкових організацій і власники виставкових площ і павільйонів. Розвиток ринку виставково-ярмаркових послуг є предметом досліджень у сфері економіки, менеджменту, маркетингу. Вагомий внесок у дослідження сфери ВЯД зробили російські вчені: Н. Александрова, Е. Базарова, А. Крутик, М. Решетова, В. Петелін, З. Сацька, Т. Семенцова, Л. Стровський, С. Трофімов та ін. Серед вітчизняних дослідників проблемами організації виставково-ярмаркових заходів займалися М. Молодоженя, Л. Нестеренко, Л. Шульгіна та ін. Аспекти державного регулювання виставкової діяльності є предметом досліджень А. Амплєєва, Б. Колеснікова, О. Падашулі, І. Ханіна та ін. Утім, слід зазначити, що, оскільки проблема державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності є досить новою для вітчизняної науки, актуальним і своєчасним є вивчення закордонного досвіду в цій сфері. Це дасть змогу оцінити сучасний стан впливу держави на галузь в Україні і намітити заходи щодо його посилення або, навпаки, послаблення.

Метою дослідження є аналіз зарубіжного досвіду регулювання виставкової індустрії для визначення найефективнішого поєднання ринкових та державних інструментів, які можуть бути використані в Україні для підвищення ролі ВЯД як фактора, що має стимулюючий вплив на розвиток всіх галузей української економіки.

У кожній країні історично склався свій особливий підхід до організації виставкового бізнесу, але загальною рисою є те, що сфера виставкових заходів у більшості країн перебуває під контролем державних і місцевих органів влади.

Практично в усіх країнах з ринковою економікою є національні програми участі підприємств у виставках за рудоном. На це виділяються державні кошти, і чималі,

фінансова підтримка веде до збільшення експорту, а виходить, і до одержання доходу. По закордонній статистиці угода, укладена на закордонних виставках і ярмарках, становить біля однієї третини експортного обороту фірм, що беруть участь у цих заходах. З одержанням експортних замовлень одночасно вирішується питання розвитку експортної орієнтації виробництва, зайнятості й соціальної сфери. Бюджет країни отримує додаткові кошти від прибутку. Таким чином, підтримка виставково-ярмаркової діяльності хоча й вимагає певних фінансових витрат, але одночасно в значно більшому ступені поповнює відповідні бюджети.

Держава відіграє найважливішу роль у просуванні виставкової індустрії. Різні державні комітети надають підтримку і виконують пов'язуючу функцію, що націлена на поліпшення якості виставкової індустрії. Державне регулювання дозволяє галузі зберігати певний рівень якості роботи шляхом сертифікації або присудження різних категорій заходу.

Наприклад, у Сінгапурі Радою по торговельному розвитку (Trade Development Board – TDB) і Сінгапурським виставковим і конгресовим бюро (Singapore Exhibition and Convention Bureau – SECB) заходу може бути надана категорія ATF і AIF, якщо воно визнано кращим серед подібних. Для того щоб одержати категорію ATF і AIF, організаторові необхідно надати пропозицію щодо проведення майбутнього заходу. Ця пропозиція буде уважно оцінена TDB. І тільки виставки, які відповідають міжнародним стандартам, отримують належну категорію. Таким чином, заходи, що мають знак ATF/AIF, законодавчим шляхом сертифіковані й дозволяють іноземним депонентам виділити їх серед інших у цій темі. Категорія AIF надається видатній місцевій або міжнародній виставці. ATF привласнюється виставковим і конгресовим заходам, проведеним під однією темою [4].

У Франції застосовувались і застосовуються спроби законодавчого регулювання виставково-ярмаркової діяльності (зокрема, видана постанова Кабінету Міністрів України “Про виставково-ярмаркові заходи” від 10 жовтня 1969 р. № 69-948). У практиці виставкового бізнесу трапляються численні непорозуміння, але переглядати французький закон “Про виставково-ярмаркові заходи” від 11 вересня 1945 р. № 45-2088 вже ніхто не збирається, хоча саме він цей закон формально дотепер регулює ВЯД. Для законодавчої й нормативної правової бази ВЯД у Франції найбільш характерним є те, що ВЯД проводиться за особливим дозволом, що надають міністр торгівлі й префект у межах своїх повноважень [7].

Держава може виступати як власник виставкових площ, як, наприклад, у Німеччині, де більшість комплексів належить місту або землі як акціонерам. Наприклад, ТОВ “Франкфуртський Ярмарок” – 60 % акціонерного капіталу належить місту Франкфурт-на-Майні, а 40 % землі Хессен. Держава може використовувати виставковий центр як інструмент розвитку економіки в регіоні. Центри можуть бути субсидовані з податку на готельні номери, як це відбувається в Німеччині. Там не існує державного регулювання виставково-ярмаркової справи, проте діє докладно опрацьований Добровільний кодекс професійної етики.

В Італії центральні влади контролюють три виставкових центри: в Мілані, Вероні та Барі. Керівників виставкових центрів призначає держава, але самі організації працюють за законами ринку. Місцеві виставкові центри перебувають під контролем

місцевої адміністрації.

Держава може взяти на себе роль координатора. Наприклад, в Італії органи влади дають дозвіл на проведення виставки, враховуючи тематику й строки проведення. Вважається неприпустимою конкуренція між виставковими центрами однієї області (збіг у строках і тематиці). Можлива тільки конкуренція між виставками, проведеними на території різних областей.

Найважливішим інструментом стимулювання зовнішньоекономічної діяльності регіону є державна допомога місцевим підприємствам для участі в закордонних виставкових заходах. В Італії ці завдання передані на регіональному рівні регіональному уряду, а на національному – Інституту зовнішньої торгівлі Італії. Відповідно до чинного законодавства, регіональні уряди у співробітництві з торговельними палатами регіонів збирають запити від малих підприємств, що бажають експортувати свою продукцію. Спеціальний комітет проводить вивчення заявки на предмет її відповідності загальній програмі економічного розвитку країни й точності оцінки рівнів витрат. Цей орган ухвалює рішення щодо відшкодування підприємству частини витрат на участь у закордонній виставці, наприклад, у розмірі 50 %. Допомогу підприємство може одержати й з федерального бюджету. Це стосується насамперед підприємств тих галузей, де Італія перебуває на передових світових позиціях: кераміка, деревообробні верстати, пакувальні машини, взуття й інші. На сьогодні спостерігається тенденція зростання малих підприємств, що беруть участь у виставках Італії. В Італії немає підтримки виставок, але підтримуються експортери-виробники. При цьому Італія донедавна була єдиною країною Європейського Союзу, що має законодавчий акт у сфері ВЯД – рамковий закон “Про виставкову галузь” від 11 січня 2001 р. № 7, підписаний президентом Італії. Закон складається з 13 статей, що включають від двох до семи параграфів і містить такі основні моменти:

- визнає значення виставково-ярмаркової системи для цілей удосконалення господарської діяльності, розвитку торговельно-економічних відносин;
- проголошує виставкову діяльність вільною, гарантуючи при цьому вільну конкуренцію, гласність і свободу підприємництва, а також захист рівності умов доступу до виставкових структур;
- містить перелік основних термінів і визначень;
- регулює процедуру видачі дозволів на ведення виставкової діяльності й присвоєння статусу ВЯМ;
- визначає порядок дії Консультативного комітету при міністерстві промисловості, торгівлі й кустарних промислів;
- визначає норми гласності в керуванні виставковими організаціями;
- визначає санкції за порушення законодавства [4].

Значну підтримку підприємствам, що бажають узяти участь у закордонних виставках або відвідати закордонні семінари, робить уряд Великобританії. Допомогою британським експортерам займається державна організація Trade Partners UK, у тому числі й фінансуванням участі місцевих фірм у великих виставках за кордоном. Цілями подібної діяльності є такі:

- допомога молодим експортерам зміцнити свої позиції на закордонному ринку;
- допомога більш досвідченим експортерам закріпитися на нових нерозвинутих

ринках;

– надання допомоги невеликим групам експортерів для участі у вузькоспеціалізованих заходах.

Допомога британським підприємствам виявляється через торговельні асоціації або торгово-промислові палати, які йменуються спонсорами. Їхнє завдання – від імені організації запропонувати ті заходи, відвідування яких підприємствами варто підтримувати, а також приймати заявки на одержання грантів і видавати їх підприємствам, які підходять за всіма умовами. Вони також формують групи учасників для спільного відвідування виставок за кордоном. Спонсором може бути тільки британська організація.

Допомога для участі в торговельних виставках відкрита для будь-яких підприємств і організацій, що експортують товари із Об'єднаного Королівства в межах трьох разів в одній країні. Для деяких країн, включаючи Росію, участь можлива п'ять разів. Якщо в країні проводиться основний захід, то підприємству надається можливість брати участь у ньому два рази плюс до трьох і п'яти в будь-яких інших заходах. Участь у виставках самостійно без допомоги організації не враховується, також не враховується участь у виставках раніше, ніж за десять років до подання заявки.

Звичайний обсяг фінансування становить 60 % витрат на оренду площі й зведення стенда в межах 2300 фунтів стерлінгів. Учасники виставок на нових, нерозвинених ринках одержують додатково 500 фунтів для участі в заходах, проведених в Єгипті, Ізраїлі, Марокко, Саудівській Аравії і Об'єднаних Арабських Еміратах; 800 – Мексика, ПАР і 1200 – Австралія, Бразилія, Малайзія, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань і Таїланд. А також їм буде надано додаткову допомогу та інформацію про ринок. Немає ніякого обмеження на розмір стенда або його функціональні особливості [4].

До обов'язків спонсора входить відбір підприємств для участі й розрахунок суми гранта. Для цього спонсори повинні вести облік усіх операцій, що відносяться до заходу. Спонсор залучає грант у розмірі вдвічі збільшеної граничної суми (тобто 4600 фунтів), а також додаткові суми, наведені вище, і по 20 фунтів на кожного учасника, якому потрібна додаткова допомога та інформація для участі вперше.

Спонсорські гранти видаються, коли вже визначено, що група одержує допомогу. При подачі заяви на одержання допомоги спонсор повинен підписати зобов'язання надати мінімальні послуги (наприклад, забезпечити інформаційний стенд про галузі, надати перекладача, якщо група очікує іноземних відвідувачів та ін.). Грант видається, якщо є впевненість, що ці послуги будуть надані і що його можна буде цілком або повністю повернути. Грант учасникам може бути виданий і до того, як почався захід, за умови, що спонсор подав єдину заявку на всіх експортерів і переконався, що експортери здійснили відповідні витрати.

Грант виплачується після того, як відбувся захід, коли спонсор переконався, що відповідні витрати були зроблені. Коли подається заява на одержання гранта, спонсор підписує зобов'язання виконувати певні послуги.

Підприємства, які вперше беруть участь у виставках, семінарах та інших заходах, що підтримуються урядом, одержують додаткову допомогу у вигляді різної інформації.

Групи підприємств, які підтримуються державою, можуть також скористатися додатковою послугою виробництва каталогів, додаткових матеріалів і інформаційних листів для відповідних заходів. Ця послуга має на увазі зниження повної вартості виробництва матеріалів на 50 %.

Організація також передбачає спеціальну програму для участі в основних виставках. Основними виставками називають відомі, масштабні заходи, які займають високе положення на міжнародному ринку, залучаючи багато покупців із різних країн. Участь в основних заходах з одержанням допомоги від уряду допускається тільки двічі, але як додаток до можливості три й п'ять разів брати участь в інших заходах.

Trade Partners UK установлює список таких основних виставок, до якого, наприклад, входять такі виставки, як Achema Frankfurt, Asian Aerospace, Singapore, BookExpo Exposition, Chicago CeBit, Hanover і ще близько 80 виставок [1].

Свою думку про застосування правил Єдиного ринку до сектора ярмарків і виставок досить категорично висловила Комісія Європейського співтовариства (КЄС) у Пояснювальному Повідомленні (на думку російських експертів його можна розцінювати як “м’яку директиву” ЄС у сфері ВЯД). У преамбулі цього документу особливо обговорюється, що “кожна держава – член ЄС вправі встановлювати умови проведення ВЯД і механізм участі в них експонентів за умови відповідності таких умов положенням Римського Договору про свободу руху товарів, капіталів і послуг у рамках ЄС і принципам функціонування Єдиного ринку [6]”. Нагадаємо, що під трьома свободами єдиного ринку, закріпленими Римським договором 1957 р., розуміються: право заснування, свобода надання послуг, вільний рух товарів. При цьому, однак, існує положення, що КЄС не розглядає висунування яких-небудь пропозицій по законодавству в даному (тобто в області виставочної справи) відношенні. Швидше за все це, на думку російських експертів, означає, що КЄС не вважає за доцільне формування законодавчої бази в області ВЯД на рівні ЄС. Свою задачу Комісія бачить у забезпеченні ефективного усунення “перешкод на шляху організації цієї економічної діяльності на благо Європи і її громадян”, при цьому виділяючи, що сам ринок буде діяти як певна форма регулюючого механізму [1].

Для України надзвичайно корисним може стати досвід Росії у сфері державного регулювання ВЯД. У 2001 р. у Росії було розроблено і схвалено Концепцію розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Російській Федерації. У Концепції також визначено: основні поняття ВЯД, дана класифікація виставково-ярмаркових заходів і організацій; викладені основні характеристики ВЯД. Крім того, у Концепції виділено напрямки вдосконалення нормативної правової бази у сфері ВЯД; питання координації ВЯД з боку держави, форми державної підтримки ВЯД [3].

У 2000 р. було створено Комісію з виставково-ярмаркової діяльності, яка є координаційним органом Уряду Російської Федерації. Вона створена з метою вдосконалення державної політики в області ВЯД Російської Федерації, сприяння міжнародному співробітництву, просуванню вітчизняних товарів на зовнішній ринок. Серед основних завдань Комісії виділяються:

– координація й забезпечення погоджених дій зацікавлених федеральних органів виконавчої влади й організацій в області ВЯД;

– розробка відповідних пропозицій в області ВЯД з метою сприяння формуванню інфраструктури споживчого ринку товарів народного споживання;
– удосконалення правової нормативної законодавчої бази у сфері ВЯД у Російській Федерації;

– розгляд комплексу питань, включаючи питання, пов'язані з використанням коштів, що виділяються з федерального бюджету на фінансування підготовки й проведення експозицій Російської Федерації на загальногалузевій і спеціалізованій всесвітній, міжнародній, національній виставках і ярмарках, проведених у Російській Федерації й за кордоном;

– сприяння дотриманню принципів міжнародної ВЯД, проголошених Паризькою конвенцією 1928 р. про міжнародні виставки, а також інших міжнародних зобов'язань, що випливають із угод Російської Федерації із закордонними країнами по даних питаннях [4].

Комісія забезпечує рівні умови конкуренції на ринку виставкових послуг. У рамках цієї діяльності вибір виставкових організацій на право підготовки й проведення російських експозицій на міжнародних, національних і інших ВЯЗ за кордоном із частковим фінансуванням за рахунок засобів федерального бюджету здійснюється на основі конкурсу в порядку, установленому законодавством Російської Федерації.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що сфера виставкових заходів у більшості країн перебуває під контролем державних і місцевих органів влади, які впливають на формування планів виставок, дають дозвіл на проведення виставок, враховують тематику й строки проведення, беруть участь у їхньому розвитку, займаються підготовкою фахівців, а також являються співвласниками виставкових комплексів і виставкових організацій, найчастіше маючи контрольний пакет акцій. Отже, закордонний досвід переконливо свідчить, що і в Україні ВЯД може і повинна розглядатися як об'єкт державної підтримки.

Напрямок подальших досліджень повинна стати розробка теоретичних засад державної політики в сфері ВЯД та опрацювання практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів державного регулювання ринку виставкових послуг.

Література:

1. *Важенин С. Г.* Индустрия выставочного бизнеса / С. Г. Важенин, А. И. Татаркин, С. Н. Гаврилова. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2004. – 178 с.

2. *Гусев Э. Б.* Выставочная деятельность в России и за рубежом: учебно-методическое пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салашенко. – М. : Дашков и К^о, 2004. – 516 с.

3. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации // Основы выставочно-ярмарочной деятельности : Учебное пособие для ВУЗов / [под ред. Л. Е. Стровского]. – М. : Юнити, 2005. – 288 с.

4. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие для ВУЗов / [под ред. Л. Е. Стровского]. – М. : Юнити, 2005. – 288 с.

5. *Падашуля О. І.* Світовий досвід державного регулювання виставкової діяльності / О. І. Падашуля, А. В. Амплеев, Б. П. Колесніков // Економіка і держава. – 2008. – № 10. – С. 94–97.

6. Сацкая З. Принципы объединенной Европы / З. Сацкая // Оборудование. – 2003. – № 1. – С. 5–9.
7. Трофимов С. Н. Выставочная деятельность и ее регулирование / С. Н. Трофимов. – СПб. : Невский фонд, 2000. – 142 с.

Надійшла до редколегії 10.02.2009 р.