

Тетяна ТКАЧЕНКО,
Тетяна ДУПЛЯК

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНЯ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах господарювання набуває великого значення виставкова діяльність як одна з найдинамічніших сфер світової економіки, форм активізації інформаційних і фінансових потоків, розвитку зовнішньої та внутрішньої торгівлі, зміцнення міжнародних зв'язків, популяризації передових технологій і нових видів продукції.

Результати досліджень Союзу Міжнародних виставок та ярмарків (UFI) свідчать, що на європейському ринку нині функціонує 1.5 тис. організаторів виставок та 465 виставкових центрів, закрита виставкова площа яких становить 14.3 млн м². Ці підприємства щорічно організують 10.8 тис. виставок, в яких беруть участь 1360 тис. організацій та які відвідують 150 млн осіб [1].

Найбільший у світі виставковий центр міститься у Ганновері – він включає 26 закритих павільйонів загальною площею 495.27 тис. м². Завдяки виставкам, що проводяться у "Мессе Ганновер", 90 % населення міста забезпечені робочими місцями. У виставковому центрі щорічно організовується майже 50 виставок і ярмарків, які відвідують 2.2 млн осіб та в яких беруть участь понад 20 тис. компаній [2, с. 36].

В Україні виставковий бізнес почав активно розвиватися з часу проголошення незалежності держави. На сучасному етапі він повертає до себе дедалі більшу увагу вітчизняних науковців та практи-

© Тетяна Ткаченко, Тетяна Дупляк, 2009

ків, серед яких В. Пекар, Є. Ромат, В. Фарберов та ін. [3–5]. У публікаціях, присвячених цьому питанню, висвітлюються окремі проблемні аспекти виставкової діяльності в Україні. Проте оцінка рівня регіонального розвитку цього специфічного виду економічної діяльності залишається мало дослідженою, що і є завданням цієї роботи.

Активізація виставкової діяльності в регіонах країни тісно пов'язана з формуванням і реалізацією політики інвестування, регіональний аспект якого сьогодні набуває актуальності у світовій економіці. Не випадково в Європейському союзі (ЄС) необхідною умовою розвитку національної економіки вважають саме формування та здійснення регіональної діяльності з інвестування. У рамках планів ЄС щодо створення єдиної європейської інноваційної економіки формується модель взаємодії локального й національного інвестингу. Все більші зусилля при цьому направляються на створення міжрегіональної мережі з обміну інформацією та передачі досвіду, розвитку взаємодії регіонів, в якому виставки та ярмарки матимуть вагоме значення.

Виставкова індустрія України перебуває у стані розвитку, якому притаманне зростання валових показників господарської діяльності. Станом на 01.01.2009 р. на вітчизняному ринку послуг щодо організації виставок і ярмарків функціонувало 144 підприємства виставкової діяльності, з яких 127 – організатори виставок і 17 – виставкові центри, якими проведено 1174 заходи, що на 7.9 % більше, ніж у 2007 р. Загалом за останні п'ять років простежується позитивна тенденція зростання кількості проведених виставкових заходів на 15.2 % (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку виставкової діяльності в Україні за 2004–2008 рр. [6, с. 7]

Показник	Роки					Темпи приросту, %				
	2004	2005	2006	2007	2008	2005/ 2004	2006/ 2005	2007/ 2006	2008/ 2007	2008/ 2004
Кількість підприємств виставкової діяльності, у т. ч.:	131	126	135	130	144	-3.8	7.1	-3.7	10.8	9.9
- організатори виставок	116	110	118	114	127	-5.2	7.3	-3.4	11.4	9.5
- виставкові центри	15	16	17	16	17	6.7	6.3	-5.9	6.3	13.3
Кількість працівників підприємств виставкової діяльності, з них:	2235	2223	2240	2433	2325	-0.5	0.8	8.6	-4.4	4.0
- мають вищу освіту	1227	1 343	1321	1381	1395	9.5	-1.6	4.5	1.0	13.7
Кількість проведених виставкових заходів, у т. ч.:	1019	1094	1107	1088	1174	7.4	1.2	-1.7	7.9	15.2
- виставки	453	572	566	593	653	26.3	-1.0	4.8	10.1	44.2
- ярмарки	564	522	541	495	521	-7.4	3.6	-8.5	5.3	-7.6

Загальна забудована площа організаторів виставок, тис. м ²	899	1231	1540	1476	1836	36.9	25.1	-4.1	24.4	104.2
Загальна виставкова площа виставкових центрів, тис. м ²	198	203	210	169	192	2.5	3.3	-19.4	13.6	-3.0
Кількість учасників виставкових заходів, у т. ч.:	72006	66376	74082	74937	82453	-7.8	11.6	1.2	10.0	14.5
- іноземні учасники	3041	3 571	3862	4684	4940	17.4	8.2	21.3	5.5	62.5
Кількість представлених країн	50	55	67	64	71	10.0	21.8	-4.5	10.9	42.0
Кількість відвідувачів виставкових заходів, тис. осіб	10101	9834	11891	11006	13309	-2.6	20.9	-7.4	20.9	31.8

Переважну кількість виставкових заходів у 2008 р. проведено в Україні та лише 15 – за кордоном: у Російській Федерації (5), Казахстані (3), Сирійській Арабській Республіці (2), Туреччині (2), Азербайджані (1), Данії (1), Німеччині (1). Понад третину заходів, проведених організаторами виставок, зареєстровано в м. Києві, 11 % – в Одеській області, 5.5 і 5.3 – у Запорізькій та Дніпропетровській відповідно. В інших областях частка проведених виставкових заходів становила менше 5 % [1, с. 5].

Темпи зміни кількості підприємств виставкової діяльності за дослідний період характеризуються незначними коливаннями, що пов'язано з приходом на ринок нових компаній та виходом з нього невеликих і непрофесійних організаторів виставок, які не витримали жорсткої конкуренції.

Кількість виставкових центрів у 2007 р. зменшилася на 5.9 %, а їхня загальна виставкова площа – на 19.4 %, що пояснюється невідповідністю вимог до сучасних виставкових центрів і позбавленням деяких відповідного статусу.

Спеціалізовані виставкові центри функціонують лише в окремих регіонах і розташовані в Києві, Донецьку, Одесі, Харкові, Львові, Миколаєві та Чернігові. В інших містах більшість виставкових заходів проводиться у не пристосованих для цього приміщеннях (у спортивних і концертних залах, театрах, цирках), що призводить до зниження якості та ефективності виставок.

Діяльність виставкових підприємств (виставкових центрів й організаторів виставок) станом на 01.01.2009 р. забезпечували 2.3 тис. штатних працівників, з яких 1.4 тис. (61 %) мали вищу освіту, що на 13.7 % більше, ніж у 2004 р.

Позитивною тенденцією розвитку виставкової діяльності є зростання загальної кількості учасників заходів у 2008 р. до 82.45 тис. організацій, з яких 4.9 тис. (5.9 %) – іноземні представники з 71 країни світу. Темпи приросту цього показника у 2008 р. становили 10 % порівняно з попереднім роком, а за останні п'ять років (2004–2008 рр.) – 14.5 %. Це зумовлено зростанням попиту на виставкові послуги, ос-

кільки для підприємств-експонентів виставка є ефективним інструментом маркетингу для встановлення контактів із новими клієнтами й партнерами, вивчення ринку та створення позитивного іміджу своєї компанії. Стрімке зростання саме іноземних учасників, кількість яких у 2008 р. зросла на 5.5 % порівняно з 2007 р. і на 62.5 – порівняно з 2004 р., пояснюється розвитком зовнішньоекономічних відносин, покращанням іміджу України за кордоном, а також визнанням української виставкової індустрії на міжнародній арені.

Тенденція позитивного зростання притаманна також і значенню показника "кількість відвідувачів виставкових заходів", абсолютний розмір якого зріс у 2008 р. на 20.9 % порівняно з 2007 р. і на 31.8 – порівняно з 2004 р. Це зумовлено поширеною інформацією про ринкову пропозицію на товари й послуги, зокрема щодо їх асортименту та якості, входженням на ринок нових продавців і конкуренцією.

Аналіз розвитку виставкової діяльності в адміністративно-територіальній площині (табл. 2) свідчить, що за кількістю підприємств виставкової діяльності (ПВД) можна виділити три основні групи регіонів України:

1) регіони з кількістю ПВД до 5-ти: АР Крим; області – Вінницька, Волинська, Запорізька, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Київська, Луганська, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська; м. Севастополь.

2) регіони з кількістю ПВД від 5-ти до 10-ти: Донецька, Дніпропетровська, Житомирська, Львівська, Полтавська, Херсонська області.

3) регіони з кількістю ПВД більше 10-ти: м. Київ; Одеська та Харківська області.

Таблиця 2

Регіональна структура розміщення підприємств виставкової діяльності в Україні станом на 01.01.2009 р. [6, с. 11, 46]

Показник	Групи регіонів України за кількістю підприємств виставкової діяльності			Усього по Україні
	до 5-ти	5–10	більше 10-ти	
Кількість регіонів у групі	18	6	3	27
Кількість ПВД у межах групи	29	35	80	144
Кількість проведених виставкових заходів у межах регіональної групи	300	267	607	1174

До *першої* групи входить найбільша кількість регіонів (67%), проте в кожному з них проводиться найменше виставкових заходів –

лише 25 %. Недостатній рівень розвитку виставкової діяльності у цих регіонах зумовлений розосередженістю ринку послуг з організації виставок і ярмарків, а також галузевою специфікою розвитку регіональної економіки України.

Друга група охоплює шість регіонів, які представлені переважно великими індустріальними та діловими центрами України. У групі сконцентровано 24 % підприємств виставкової діяльності, які проводять 23 % заходів.

У третій групі сконцентровано найбільшу кількість підприємств виставкової діяльності (56 %), які проводять понад половини (52 %) усіх заходів.

Отже, виставкова діяльність розвивається нерівномірно по території України. Найактивніша діяльність щодо організації виставок і ярмарків притаманна столиці та великим містам. Низький рівень розвитку виставкової діяльності характерний для більшості регіонів, виставкові заходи в яких організують переважно місцеві торгово-промислові палати або невеликі приватні підприємства. Централізація виставкової діяльності пов'язана з темпом ділової активності й властива не лише Україні. Наприклад, у РФ в 2007 р. із 2.1 тис. виставкових заходів 580 (28 %) припадало на м. Москву та 155 (7 %) – на м. Санкт-Петербург, де відповідно функціонувало 56 і 7 % підприємств виставкової діяльності [7]. В Японії проводиться майже 2.7 тис. виставок на рік, з яких 26 % – у м. Токіо [8].

Для проведення моніторингу й аналізу тенденцій розвитку виставкової діяльності по регіонах України, ранжирування їх за рівнем розвитку запропоновано методику рейтингової оцінки. В основу цієї методики покладено порівняння рівня розвитку виставкової діяльності регіону за системою показників із такими умовно еталонних регіонів, що мають найкращі результати з усіх порівнюваних регіонів. Алгоритм рейтингової оцінки представлено послідовними п'ятьма етапами.

Етап 1. Формування інформаційної бази за дослідний період і обґрунтування номенклатури статистичних показників для аналізу розвитку виставкової діяльності. Ця методика передбачає, що при наявності певної кількості адміністративно-територіальних одиниць (регіонів України) розвиток виставкової діяльності у кожному з них характеризується вектором (n) системи натуральних показників ($P_{i1}, \dots, P_{ij}, \dots, P_{in}$), де P_{ij} – значення j -го показника в i -му регіоні, m – кількість регіонів, n – кількість показників.

Етап 2. Визначення для кожного показника еталонного значення E_j . За умовний еталон розвитку виставкової діяльності в регіоні прийнято вектор максимальних значень кожного окремо взятого показника, тобто вектор ($\max P_{i1}, \dots, \max P_{ij}, \dots, \max P_{in}$).

Етап 3. Стандартизація (розрахунок часткових індексів) вихідних показників відносно їх еталонного значення у межах кожного

регіону за формулою:

$$S_{ij} = \frac{P_{ij}}{E_j}, \quad (1)$$

де S_{ij} – стандартизоване значення j -го показника для i -го регіону;

P_{ij} – фактичне значення j -го показника для i -го регіону;

E_j – еталон ($E_j = \max P_{ij}$).

Етап 4. Розрахунок підсумкового показника рейтингової оцінки для кожного регіону (на основі багатовимірної середньої) за формулою:

$$R_i = \frac{\sum_{j=1}^n S_{ij}}{n_i}, \quad (2)$$

де R_i – показник рейтингової оцінки для i -го регіону, ($1 \leq R_i \leq 0$);

n_i – кількість показників, що притаманні для i -го регіону.

Етап 5. Аналітична оцінка отриманих результатів і ранжирування регіонів за рейтингом. Регіони упорядковуються в порядку зменшення абсолютного значення рейтингової оцінки. Найвищий рейтинг має регіон із максимальним значенням його рейтингової оцінки (R_i).

На основі зазначеної вище методики розроблено рейтингову оцінку регіонів України за рівнем розвитку виставкової діяльності в 2007–2008 рр. (табл. 3), для розрахунку якої обрано узагальнені показники:

- кількість проведених виставкових заходів;
- загальна забудована площа організаторів виставок;
- кількість учасників виставкових заходів;
- кількість відвідувачів виставкових заходів;
- кількість організаторів виставок і виставкових центрів;
- кількість працівників підприємств виставкової діяльності.

За результатами розрахунків, найвищий рейтинг за рівнем розвитку виставкової діяльності в Україні має м. Київ, що підтверджується статистичними даними. У столиці проводиться понад третини всіх виставкових заходів, функціонує 54 підприємства (37.5 %) виставкової діяльності, провідними з яких є: "Київський міжнародний контрактний ярмарок", "Євроіндекс", "Міжнародний виставковий центр", "КиївЕкспоПлаза", "Прем'єр Експо", "Компанія Автоекспо", "Примус Україна", Національний комплекс "Експоцентр України", "ЗовнішЕкспоБізнес" та ін.

Друге місце у рейтингу посідає Одеська область, третє – Харківська, яка піднялася на третю позицію порівняно з 2007 р. за рахунок введення в експлуатацію у м. Харкові презентаційно-виставкового центру "Радмір Експохол" (6 тис. м²), в рамках якого також функціонує організатор виставок. Аналогічна ситуація у Львівській області, яка у 2008 р. у рейтингу посіла шосте місце, піднявшись за рік на чотири позиції, оскільки у м. Львові відкрито виставковий центр "ЛЕМБЕРГ" (10 тис. м²).

Таблиця 3

Рейтинг регіонів України за рівнем розвитку виставкової діяльності

Рейтинг 2008 р.	Регіон України	Рейтингова оцінка 2008 р. (R_i)	Рейтинг 2007 р.	Зміна місця
1	м. Київ	1.0000	1	–
2	Одеська область	0.1925	2	–
3	Харківська область	0.0974	6	↑ 3
4	Донецька область	0.0801	3	↓ 1
5	Дніпропетровська область	0.0781	5	–
6	Львівська область	0.0715	10	↑ 4
7	АР Крим	0.0692	4	↓ 3
8	Полтавська область	0.0644	8	–
9	Запорізька область	0.0604	7	↓ 2
10	Житомирська область	0.0589	9	↓ 1
11	Миколаївська область	0.0462	12	↓ 1
12	Херсонська область	0.0441	11	↓ 1
13	Вінницька область	0.0401	13	–
14	Чернігівська область	0.0258	14	–
15	Кіровоградська область	0.0211	15	–
16	Волинська область	0.0141	23	↑ 7
17	Чернівецька область	0.0128	19	↑ 2
18	Хмельницька область	0.0126	20	↑ 2
19	Сумська область	0.0117	16	↓ 3
20	Рівненська область	0.0114	18	↓ 2
21	Івано-Франківська область	0.0106	25	↑ 4
22	Луганська область	0.0091	22	–
23	Черкаська область	0.0090	21	↓ 2
24	м. Севастополь	0.0088	17	↓ 7
25	Закарпатська область	0.0059	24	↓ 1
26	Тернопільська область	0.0062	26	–
27	Київська область	0.0000	27	–

Запропонована авторами методика дає змогу визначати не лише регіони з високим рівнем розвитку виставкової діяльності за сукупністю найбільш вагомих показників, а й регіони з низьким рівнем розвитку – ті, які потребують підтримки з боку держави.

Першим кроком у напрямі розроблення й реалізації заходів щодо підтримки виставкової індустрії з боку державних органів має бути розробка стратегії розвитку виставкової діяльності в Україні, а також програми стосовно удосконалення механізму регулювання цього виду економічної діяльності.

Із метою залучення інвестицій для подальшого ефективного розвитку виставкової діяльності необхідно задіяти державні засоби масової інформації для рекламування вітчизняних виставок за кордоном і пропаганди України як центру виставкової індустрії, ділового туризму та міжнародної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Виставкова* Федерація України. Новини UFI від 27.12.2007. Матеріали 74-го Конгресу UFI. — Режим доступу : http://expo.org.ua/ua/ufi_news.php.
2. *Исакова Д.* Дорогой экспонат / Д. Исакова // Инвест Газета. — 2008. — № 20. — С. 36—39.
3. *Пекар В. О.* Основи виставкової діяльності : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. О. Пекар ; ВНЗ "Ін-т реклами", Вища шк. вист. менедж. — К. : Євроіндекс, 2009. — 348 с.
4. *Ромат Е. В.* Реклама в системе маркетинга / Е. В. Ромат. — К. : Студцентр, 2008. — 608 с.
5. *Фарберов В. І.* Формування ефективного механізму управління виставковими підприємствами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / В. І. Фарберов ; НАН України ; Ін-т економіки промисловості. — Донецьк, 2002. — 19 с.
6. *Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюллетень* ; за ред. І. В. Калачової. — К. : Держкомстат України, 2009. — 53 с.
7. *Выставки России: цифры и факты* (статья от 18.05.2007). — Режим доступу : <http://www.expoua.com/Articles/lang/ru/page/1/articleid/32741/>.
8. *Выставочная деятельность Японии* (статья от 06.09.2007). — Режим доступу : <http://www.expoua.com/Articles/lang/ru/page/1/articleid/36746/>.