

УДК 347.731

РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ И ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Радченко Ю.Н., студентка 3 курса
факультета экономики, менеджмента и торговли
Научный руководитель – Штезель А.Ю.,
кандидат экономических наук, доцент
Краснодарский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В.Плеханова»

Ключевые слова: выставки, ярмарки, регулирование, управление выставкой, регламент.

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с регулированием выставок и ярмарок в международном масштабе, раскрываются основные понятия, кратко формулируется тезис их отличительных особенностей.

Введение. История возникновения выставок переплетается с историей развития торговых ярмарок, которые начались еще на заре производства товаров. Ярмарки, посвященные различным праздникам, уже тогда имели не только социально-экономическое, но и культурное значение.

Цель работы. Изучить и раскрыть понятия выставок и ярмарок, рассмотреть методы их регулирования, сделать выводы.

Результаты исследований. Выставки и ярмарки – это рыночные мероприятия, на которых экспоненты представляют товары и услуги, которые они производят, на основе образцов выставок. Рассмотрим эти два понятия более подробно.

Ярмарка – это краткосрочное мероприятие, периодически проводимое в одном и том же месте, на котором большое количество предприятий представляют свои товары или услуги посредством образцов в одном или нескольких секторах, так что посетитель-специалист получает четкое представление об их деловых возможностях, в то время как экспонент, демонстрируя свои товары,

стремится распространять информацию о своей фирме и ее продуктах, а также заключать прямые торговые сделки.

Выставка – это краткосрочное мероприятие, периодически проводимое в одном и том же месте, на котором большое количество компаний используют образцы, чтобы дать наиболее объективную картину своих продуктов или услуг, предлагаемых в одном или нескольких секторах, и стремятся проинформировать конечных потребителей о своей компании и ее продуктах в целом, с помощью стимулирования продаж.

Можно сформулировать общее отличие выставок от ярмарок: на выставку привозят образцы продукции. На ярмарку – саму продукцию.

Выставки и ярмарки подразделяются на: региональные, охватывающие территорию в пределах ста километров, представляющие одну или несколько отраслей промышленности и в первую очередь предназначенные для демонстрации возможностей малых предприятий; межрегиональные, которые имеют наибольший радиус действия и обычно касаются предприятий более крупного масштаба, но имеют структуру, аналогичную региональным; национальные, организуемые как внутри страны, так и за рубежом с целью презентации продуктов национального характера и стимулирования их продаж, обычно имеющие межотраслевой характер; международные, также проводимые как внутри страны, так и за рубежом. В них принимают участие компании и торговые посетители из разных стран без ограничений. Они считаются международными только в том случае, если в них принимают участие не менее 10-15% иностранных экспонентов [1].

Выставочная и ярмарочная деятельность должна регулироваться таким образом, чтобы достичь наилучших возможных результатов.

Выставочно-ярмарочная деятельность регулируется как учреждениями стран, на территории которых они проводятся, так и международными организациями. Одной из главных таких организаций является Международное бюро выставок. Международное бюро выставок было создано в 1931 году для надзора за осуществлением Парижской конвенции о международных выставках 1928 года. Конвенция определяет условия организации выставок в соответствии с их категорией. Страна, организующая выставку, должна

зарегистрировать ее в Международном бюро выставок по крайней мере за шесть месяцев до отправки приглашений.

Конвенция предусматривает ряд льгот для экспонентов, таких как: бесплатное предоставление места для экспонатов; временный беспошлинный ввоз экспонатов с обязательством их вывоза; беспошлинный ввоз каталогов и других рекламных изданий, строительных материалов для установки павильонов и стендов [2].

Экспоненты имеют право продать свои образцы по окончании выставки, если это не противоречит законам страны. Также стоит отметить, что за шесть месяцев до открытия выставки и во время ее работы, принимающая страна, проводящая выставку, имеет запрет на повышение таможенных пошлин.

Союз международных ярмарок также выполняет регулирующую функцию. Союз международных ярмарок. Она была создана в 1925 году для организации и поддержки постоянного сотрудничества между международными ярмарками, защиты их прав, расширения их деятельности и содействия торговле между странами. Это частная ассоциация, члены которой делятся на полноправных и специальных членов.

Местные учреждения, такие как министерства, торговые палаты, ассоциации промышленников и купцов, городские муниципалитеты и общественные организации, которые помогают развивать международные отношения, также участвуют в организации ярмарок и выставок. Они должны создавать постоянные рабочие группы для управления ярмарками и временные рабочие группы для управления выставками, выставочные комитеты или дирекции, обладающие субъектами права. Департаменты или комитеты через соответствующий аппарат организуют подготовку и проведение выставок и ярмарок.

Заключение. Правовой статус участников выставок и ярмарок, а также их организаторов определяется надлежащим образом принятыми правилами участия. Правительства стран, на территории которых проводятся выставки и ярмарки, помогают формировать материальную базу и устанавливать различные льготы для экспонентов и их груза. Важной формой организационно-технической работы департаментов и комитетов международных выставок и ярмарок является организация мероприятий, позволяющих осуществлять обмен научно-техническим

опытом между участниками, а также содействие в продвижении товаров. Подобные мероприятия оказывают огромное влияние на международную торговлю, привлекая специалистов, промышленников и трейдеров на выставки и ярмарки, а также увеличивая объем экспортно-импортных операций.

Библиографический список:

1. Плеханова О.В., Утиркина В.В. Выставка – ярмарка как инструмент маркетинговой политики организации // Символ науки. 2018.
2. Чаплыгина, Е. С. Выставки-ярмарки в современном мире / Е. С. Чаплыгина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020.

REGULATION OF EXHIBITION AND FAIR ACTIVITIES

Radchenko Yu.N.

Keywords: *exhibitions, fairs, regulation, exhibition management, regulations.*

This article discusses issues related to the regulation of exhibitions and fairs on an international scale, reveals the basic concepts, briefly formulates the thesis of their distinctive features.