**Лекція № 3 Особливості проведення виставок і ярмарків**

Регулюванням діяльності виставок і ярмарків займаються як установи країн, на території яких вони проводяться, так і міжнародні організації.

До міжнародних організацій, що регулює діяльність міжнародних виставок і ярмарків, відносяться:

Міжнародне бюро виставок створено в 1931 році для спостереження за виконанням Паризької конвенції 1928 року про міжнародних виставках. До завдань Конвенції входить регламентація порядку організації офіційних всесвітніх виставок, класифікація виставок, визначення прав і обов'язків країн, які організовують виставки і беруть участь в них, порядок присудження нагород експонентам товарів. Конвенція визначає терміни організації виставок з урахуванням їх категорії. Країна, що організує виставку, повинна зареєструвати її в Міжнародному бюро виставок не пізніше ніж за шість місяців до розсилки запрошень. Конвенція передбачає ряд пільг для учасників виставки: безкоштовне надання площі під експонати; тимчасово безмитне ввезення експонатів із зобов'язанням їх зворотного вивезення; безмитне ввезення каталогів і інших рекламних видань, будівельних матеріалів для зведення павільйонів і стендів, зразків для безкоштовної роздачі і дегустації. Якщо цьому не перешкоджають закони країни, експонент має право продати свої експонати після закінчення виставки. Важливе значення має також заборона підвищення мит країною, в якій проводиться виставка, за шість місяців до її відкриття і під час функціонування.

Союз міжнародних ярмарків створений в 1925 році з метою організації та підтримки постійної співпраці міжнародних ярмарків, захисту їх прав, розширення кола їх діяльності і, таким чином, сприяння розвитку товарообміну між державами. Союз є приватним об'єднанням. Члени Союзу діляться на членів-засновників, дійсних і надзвичайних членів.

Членами - засновниками вважаються ті ярмарки, з ініціативи яких заснований Союз. У дійсні члени Союзу приймаються ярмарки, юридично визнані в якості міжнародних урядом своєї країни, створені авторитетними організаціями, що існують мінімум п'ять років, що мають власне ярмарок з атракціонами, які залучають в якості учасників промислові і торгові фірми минаючи посередників. Дійсними членами можуть бути ярмарки, в країнах перебування яких немає міжнародних ярмарків, які вже є членами Союзу. Як надзвичайних членів приймаються ярмарки, організовані в країнах, в яких існує одна або кілька міжнародних ярмарків - членів Союзу. Союз міжнародних ярмарків розробляє проект заходів, що сприяють розвитку ярмарків, створює арбітражні комісії для вирішення спорів між своїми членами, сприяє рекламі міжнародних ярмарків, випускає щомісячний журнал. У своїй діяльності Союз домігся деяких результатів: поширення на території міжнародних ярмарків положення про митних складах, спрощення митних формальностей, виділення учасникам ярмарків імпортних контингентів, патентної охорони виставлених на ярмарках винаходів, встановлення пільгових транспортних тарифів на перевезення ярмаркових вантажів, видачі безкоштовних віз відвідувачам ярмарків і ін.

Ринкова група з міжнародних ярмарках Комісії з розвитку зовнішньої торгівлі при Європейської Економічної Комісії ООН створена в 1955 р

До її складу входять представники 20 країн, а також Союз міжнародних ярмарків і Міжнародна торгова палата. Група розробила ряд рекомендацій урядам країн - членів ООН щодо адміністративних пільг, які надаються міжнародних ярмарках і виставках зразків. Ці рекомендації визначають порядок видачі віз учасникам виставок і ярмарків (безкоштовно, в найкоротші терміни - не пізніше 15 днів), порядок ввезення на виставки і ярмарки рекламного і будівельного матеріалів, необхідних для оформлення стендів (безмитно), зразків для проб і експонатів (тимчасово безмитно ), порядок отримання експонентами іноземної валюти, надання їм товарних контингентів і пр.

Крім перерахованих міжнародних організацій існують також тимчасові об'єднання міжнародних галузевих виставок і ярмарків по окремим групам товарів: автомобілів, мотоциклів, металорізальних верстатів, поліграфічного обладнання, текстилю. Ці міжнародні організації сприяють проведенню міжнародних виставок і ярмарків і прагнуть уніфікувати і поширити пільги для їх учасників, відвідувачів, а також вантажів на всі універсальні і галузеві виставки та ярмарки міжнародного значення.

місцеві установи

Це міністерства і відомства, торгові палати, асоціації промисловців і торговців, громадські організації, що сприяють розвитку міжнародних зв'язків, і міські муніципалітети. Ними створюються постійні робочі органи з управління ярмарками і тимчасові - по управлінню виставками, виставкові комітети або управління, які є юридичними особами. Управління або комітети через відповідний апарат організують підготовку і проведення виставок і ярмарків. Правове становище учасників виставок і ярмарків і їх організаторів визначається затвердженим належним порядком регламентом або правилами участі у виставках і ярмарках.

Уряди держав, на території яких проводяться виставки та ярмарки, надають їм сприяння в створенні матеріальної бази і у встановленні різних пільг для експонентів і їх вантажів.

Важливою формою організаційно-технічної роботи управлінь і комітетів міжнародних виставок і ярмарків є проведення заходів, що сприяють обміну науково-технічним досвідом між учасниками, і сприяння в здійсненні реклами товарів. Ці заходи роблять серйозний вплив на міжнародну торгівлю, залучаючи на виставки і ярмарки фахівців, промисловців, торговців і збільшуючи суми експортно-імпортних операцій.

Зрозуміло, в кожній країні склався свій особливий підхід до організації виставкового бізнесу, але незмінним залишається одне: сфера торгово-промислових виставок в Європі знаходиться під контролем держави. Ступінь цього контролю найбільш висока в Німеччині, Італії, Франції, Іспанії. В інших країнах державний контроль слабкіше.

У Німеччині дозвіл на проведення виставки дають влади земель. Землі і міста найчастіше володіють значним пакетом акцій виставкових комплексів. Наприклад, влада Дюссельдорфа, будучи власниками виставкового комплексу, беруть активну участь в його розвитку. Все це абсолютно закономірно, тому що місто отримує великі доходи від проведення великих виставок.

Франція є другою за значенням країною з розвиненими традиціями проведення торгових ярмарків. На противагу Німеччині та Італії, прийнята у Франції централізована система завадила розвитку великої кількості виставкових комплексів в інших містах, крім Парижа і набагато менш значного в цьому плані Ліона. У Франції щорічно проходить близько 1000 різних виставок, причому тільки в ста з них приймають участь зарубіжні експоненти. Незважаючи на велику кількість проведених у Франції виставок, приплив на них іноземних відвідувачів порівняно невеликий і становить лише 7% від загального числа відвідувачів. У Франції дозвіл на проведення виставки видає безпосередньо Міністерство торгівлі без участі місцевої влади.

В Італії центральна влада контролюють, перш за все, три виставкових центру: в Мілані, Вероні і Барі. Керівників виставкових центрів призначає держава, але самі організації працюють за законами ринку. Місцеві виставкові центри знаходяться під контролем місцевої адміністрації. Влада дає дозвіл на проведення виставки, враховуючи тематику і терміни проведення. Вважається неприпустимою пряма конкуренція між виставковими центрами однієї області. Конкуренція між виставками, проведеними на території різних областей, возможна.