**Гуменна Олександра Віталіївна. Виставкова діяльність в АПК : Дис... канд. екон. наук: 08.02.02 / Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки" УААН. — К., 2005. — 206, [13]арк. : табл. — Бібліогр.: арк. 195-205**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Гуменна О.В. Виставкова діяльність в АПК. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.02.02 – Економіка та управління науково-технічним прогресом. – Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки" УААН, Київ, 2005.У дисертації досліджено проблеми сучасного стану розвитку та удосконалення управління виставковою діяльністю в АПК України на підставі визначення ролі виставкової діяльності в системі інвестиційно-інноваційного розвитку АПК та маркетингових комунікацій. Проаналізовано вітчизняний і закордонний досвід організації сільськогосподарських виставок та функціону-вання сучасного економічного механізму здійснення виставкової діяльності в Україні.Визначено особливості організації та управління виставковою діяльністю за допомогою оцінки стану мікро- та макросередовища проведення виставок, визначення впливу сільськогосподарських заходів на впровадження науково-технічних розробок в Україні та розвиток підприємств АПК, а також аналізу господарської діяльності спеціалізованого виставкового центру.Обгрунтована система прийняття рішень щодо участі агропромислових підприємств у виставках, яка включає планування розподілу витрат на участь у виставці та модель результативності виставкової кампанії.Розроблено методичні рекомендації з підвищення ефективності діяльності виставкового підприємства шляхом формування функціональної моделі управління виставковими процесами на рівні виставкового центру, удосконалення елементів механізму врахування інтересів організаторів, експонентів і відвідувачів виставки, а також органів місцевого самоврядування, держави, галузі АПК. |

 |
|

|  |
| --- |
| За результатами викладеного дослідження сформульовані такі висновки:1. Однією із складових механізму реалізації інноваційного потенціалу агропромислового виробництва виступає виставкова діяльність, яка покликана сприяти впровадженню у виробництво новацій. При цьому виставки одночасно виступають і ефективним засобом маркетингової комунікації, і одним з інструментів інфраструктури аграрного ринку.
2. Виставкова діяльність має багаторічну історію, однак сучасний стан розвитку виставкової діяльності в Україні характеризується динамічністю та підвищенням економічної, суспільної і державної значимості виставок.
3. За допомогою соціологічного дослідження були визначені короткострокові та довгострокові вигоди, які отримують експоненти від участі у виставці. Високо оцінуються такі напрями довгострокових вигод як пошук нових бізнес-партнерів і укладення контрактів, створення спільних підприємств та інших форм об'єднань, реклама нових товарів і послуг, освоєння нових ринків. Це свідчить про поступову переорієнтацію виставок в Україні в напрямі виконання своєї першочергової функції – показ та подальше впровадження продукту, послуги, технології.
4. За результатами аналізу результативності агропромислових виставкових заходів "Інпродмаш – 2003", "Україна аграрна – 2004", "Хлібпром – 2004", "Агро – 2004" з використанням соціологічних і статистичних методів дослідження виявлені проблеми, що стримують розвиток виставкової діяльності. Серед них правові, технічні, організаційно-технологічні, інформаційні, фінансові, кадрові.
5. За результатами аналізу сильних та слабких сторін типового агропромис-лового підприємства - учасника виставки, виділено основні недоліки в організації власної участі у виставці – відсутність стратегічного і оперативного плану участі підприємства у виставці та недосконала методика визначення результативності цієї участі.
6. Система щодо прийняття рішень підприємства про доцільність участі у виставці повинна включати: модель планування витрат на участь у виставковому заході; методику визначення результативності участі підприємства у виставковому заході; систему кадрового забезпечення ефективної участі підприємства у виставковому заході. Запропонована нами економіко-математична модель виставкової кампанії агропромис-лового підприємства дає змогу спланувати результативність участі підприємства у виставці.
7. З застосуванням інструментарію SWOT-аналізу проаналізовано діяльність НК "Експоцентр України" та визначено основні напрямки удосконалення виставкової діяльності в Україні, а саме: створення інформаційної системи управління виставковим підприємством; розробка ефективного механізму підтримки участі малих сільськогосподарських підприємств у виставках; створення моделі планування витрат на участь у виставковому заході; створення моделі прийняття рішень з управління виставковою діяльністю АПК; розробка методики визначення результативності участі аграрного підприємства у виставковому заході; удосконалення методики визначення ефективності виставкового заходу з позицій його організатора.
8. Результативність виставкової діяльності значною мірою залежить від чітко налагодженого механізму взаємодії суб'єктів цієї діяльності, а ефектив-ність їх взаємодії спрямована на задоволення перш за все економічних інтересів цих суб'єктів: організаторів, експонентів і відвідувачів виставок, а також органів місцевого самоврядування, галузі АПК, держави.
 |

 |