

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 6, Number 310 (2016), 118 – 125

UDC 339.1

B. Zhakipov¹

Narxoz University, Republic of Kazakhstan, Almaty

e-mail: baur_07@list.ru

**ANALYSIS AND PROSPECTS
OF EXHIBITION IN KAZAKHSTAN**

Annotation. Objective - analysis of the development of exhibition activity in the Republic of Kazakhstan and determination of prospects for its further functioning in modern conditions.

The study of the problem and solutions milestone tasks put various methods of economic research: a systematic and structural-functional analysis, comparative and logical methods.

Results: A qualitative assessment of the exhibition market of Kazakhstan, the basic players of the exhibition market. Studied the legal framework of the exhibition business, identified the factors hampering the development of industry in Kazakhstan. Perspective directions of development of exhibition activity and suggested effective measures to improve the situation in the exhibition market of Kazakhstan.

Scope of the study results. The results can be used as a methodological basis for the further deepening of research on this issue.

Keywords: exhibition industry, investment, exhibition space, exhibitors, exhibition centers, exhibition

УДК 339.1

Б. М. Жакипов

Университет Нархоз, Республика Казахстан, г. Алматы

**АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЗАХСТАНЕ**

Аннотация. Цель работы – анализ развития выставочной деятельности в Республике Казахстан и определение перспектив его дальнейшего функционирования в современных условиях.

В основу исследования поставленной проблемы и решения этапных задач положены различные методы экономических исследований: системный и структурно-функциональный анализы, сравнительный и логические методы.

Результаты: Дана качественная оценка выставочному рынку Казахстана, определены основные игроки выставочного рынка. Исследованы правовые основы выставочного бизнеса, выявлены факторы, сдерживающих развитие отрасли в Казахстане. Определены перспективные направления развития выставочной деятельности и предложены действенные меры по улучшению ситуации на рынке выставочных услуг Казахстана.

Область применения результатов исследования. Результаты исследования могут быть использованы в качестве методической основы для дальнейшего углубления исследований по данной проблеме.

Ключевые слова: выставочная индустрия, инвестиции, выставочные площади, экспоненты, выставочные центры, выставки,

Динамика развития выставочной деятельности в любой стране зависит от состояния экономики, ее структурных изменений и т.д. Выставки отражают либеральность экономики: организация выставок становится невозможной в монополизированных или зарегулированных отраслях; а конъюнктура выставочного рынка в инновационной экономике не подвергается существенным изменениям даже при небольшом спаде.

Территориально выгодное расположение Казахстана в центре Евразийского континента, поступательное развитие воздушных, железнодорожных и автомобильных путей на территорию КНР, РФ, стран Центральной Азии и Ближнего Востока повлияли на развитие выставочной деятельности в РК, предвещая хорошие перспективы в обозримом будущем. Изучение статистики наиболее крупных выставочных центров республики свидетельствует о позитивной динамике увеличения иностранных посетителей выставочных мероприятий в Казахстане. Выставки предоставляют казахстанским предпринимателям возможность перенять международный опыт, быть осведомленным о мировых тенденциях каждой отрасли, новшествах и инновациях в различных сферах. В соответствии с потребностями в развитии ключевых секторов республики, наиболее актуальные направления выставочной деятельности это – нефть и газ, горно-металлургический комплекс, строительная отрасль, энергетика, здравоохранение, туризм и медицинский туризм, сельское хозяйство и пищевая промышленность.

Историю становления выставочной индустрии в Казахстане следует рассматривать с 80-х годов, когда проводились международные выставки и ярмарки Казахской ССР. За подготовку раздела Казахстана отвечал отдел международных и иностранных выставок при Центрально-Азиатской Торгово-промышленной палате КазССР. В 1991 г. при Торгово-промышленной палате РК была создана специализированная фирма «Казэкспо», которая в последующем выступила организатором экспозиций Казахстана во Франции (1992 г. Савой, Дижон), Италии (1992 г., 1993 г. Генуя, 1994 – г. Милан), в Международной ярмарке АСПАТ-96 в Маниле. В 1998 г. в г. Алматы была проведена выставка АСПАТ-98 и, по поручению Правительства была организована казахстанская экспозиция на всемирной выставке в Лиссабоне ЭКСПО-98 [1]. В это же время региональные ТПП начали активно вести выставочную деятельность и начали самостоятельно заниматься организацией выставочной деятельности в своих регионах.

В соответствии с принятым новым Законом о торгово-промышленных палатах в 2005 году, за ТПП РК закреплена возможность занятия выставочно-ярмарочной деятельностью. ТПП РК с того же года начинает вести Реестр всех выставок, проводимых в РК, а также международных выставок за рубежом, в которых принимает участие Казахстан. Реорганизована структура ТПП РК, сформирован Отдел, отвечающий за выставочно-ярмарочную деятельность [2].

После вступления в силу подписанного Казахстаном, Россией и Беларусью договор об Евразийском экономическом союзе, местные организаторы выставок наблюдают повышение интереса со стороны иностранных компаний к ряду ключевых отраслей отечественной экономики. Среди них энергетика и электроэнергетика, строительство, сельское хозяйство, транспорт, фармацевтический рынок и др. Казахстан на этом рынке, благодаря своему экономическому климату и политической стабильности, наиболее привлекателен для инвесторов. К тому же географически из нашей страны удобно вести торговые отношения со всей Центральной Азией, а также с Китаем.

В настоящее время в стране реализуется программа индустриализации, которая также рассчитана на общий рынок Евразийского союза. Создаются новые производства, индустриальные зоны, развивается обрабатывающий сектор, машиностроение. Следует отметить, что выставки, проводимые в РК в отрасли машиностроения получают огромную государственную поддержку. Кроме того, подобные выставки проходят в рамках конгрессной деятельности. В рамках выставки КЮОЕ в 2016 году выделена отдельная специализированная выставка «Нефтегазовое машиностроение». В последнее время правительством активно ведется работа по привлечению инвестиций в горно-металлургический комплекс Казахстана. Выставочными центрами с помощью государственной поддержки проводятся бизнес-встречи, форумы, презентуются новые инновационные проекты в сфере ГМК.

В июне 2014 года Президентом РК Н. Назарбаевым был подписан закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования инвестиционного климата», предусматривающий предоставление инвестиционных субсидий, освобождение от уплаты некоторых видов налогов, упрощение процедур привлечения иностранной рабочей силы, внедрение принципа «стабильности» законодательства в

рамках заключаемых инвестиционных контрактов с инвесторами и многие другие специальные льготные условия [3]. С целью стимулирования притока иностранных инвестиций, при Министерстве по инвестициям и развитию РК в 2015 году был создан Investors Service Centre по принципу «одного окна» для инвесторов, реализующих приоритетные инвестиционные проекты. Задачей сервисного центра является ускорение и автоматизация получения инвесторами государственных услуг и консультаций [4].

В 2013 году в Республике Казахстан в общей сложности было проведено более 60 международных и республиканских выставок и ярмарок, таких как: «Недвижимость и инвестиции», «Промстройиндустрия – Астана 2013», «Энергетика, электротехника и энергетическое машиностроение», «Продукты питания, напитки, упаковка и оборудование для пищевой промышленности», «Строительство и интерьер, отопление и вентиляция», международная промышленная выставка энергетики и электротехники «Power-Kazindustry», 8-я ежегодная сельскохозяйственная выставка, специализированная выставка «Казахстанские строительные материалы» и др. [5].

На сегодняшний день основными игроками выставочного рынка Казахстана являются следующие организации:

1. Выставочная компания *Атакент*. На территории комплекса ежегодно проводится около 50 крупных выставок, охватывающих все секторы экономики: нефть и газ, энергетику и электротехнику, машиностроение, строительство, телекоммуникации, здравоохранение, транспорт, сельскохозяйственную и пищевую промышленности и др. Структура крупных выставок выглядит следующим образом: 30 выставочных мероприятий на национальном уровне, 20 - на международном. Вне зависимости от масштабов, практически все выставки сопровождаются насыщенной деловой программой: проводятся презентации фирм, тематические семинары, конференции и круглые столы, предоставляющие возможность специалистам различных отраслей обменяться опытом, обсудить актуальные проблемы в интересующей сфере деятельности. Услуги компании по организации выставочных мероприятий охватывает широкий спектр - от монтажа стендов и предоставления необходимого оборудования до привлечения специалистов. Выставки проводятся в шести современных выставочных павильонах, общая площадь которых составляет более 19 000 кв. м.

Ежегодно организаторами и соорганизаторами международных и национальных выставок выступают зарубежные выставочные компании из Великобритании, Германии, Египта, Турции, Польши, Российской Федерации, Индии, Ирана, Иордании, Италии, Китая, ОАЭ, Франции. В связи с передислокацией республиканских министерств и ведомств в новую столицу в 1998 году в г. Астане был открыт Филиал МВК «Атакент-Экспо», и в настоящее время на регулярной основе проводится целый ряд международных выставок по различной тематике. Сотрудники Филиала на базе имеющегося выставочного оборудования успешно справляются с заказами на монтаж выставок, проводимых в Астане.



Примечание – составлен по данным <http://www.iteca.kz/>

Рисунок 1 – Структура участников выставок компании ИТЕСА в 2015 году, ед.

2. ТОО «Iteca» является партнером международной выставочной компании ITE Group Plc. (Великобритания) в Казахстане и странах Центральной Азии. Начиная с 1993 года, выставочная компания ИТЕСА является организатором самых крупных казахстанских выставок различной тематики: от нефтегазовой и энергетической до медицины и косметологии. Ежегодно компания проводит порядка 40 экспо - событий в Астане, Алматы, Атырау, Актау и Шымкенте, участие в которых принимают более 4000 экспонентов и 2400 делегатов из различных стран мира, 70 000 профессиональных посетителей [6]. Согласно данным ТОО «Iteca», в 2015 году было проведено 38 казахстанских выставок, в которых приняли участие 3795 компаний-участниц, из которых 59% составили иностранные участники (рис. 1). Среди иностранных участников наибольшую активность в 2015 г. проявили компании из Германии (161 экспонент).

Компания в связи с современными тенденциями выставочного бизнеса в части усиления специализации усиленно предпринимает соответствующие меры – запустили секции Welding (сварка) и Coating (Покрытия), и ColdChain Kazakhstan (холодный склад, транспортировка и логистика). Следует отметить, что такие узкопрофильные секции выставок позволят компаниям более эффективно участвовать в выставках, знакомиться с партнерами, приходить к договоренностям и создавать новые проекты.

3. Международная выставочная компания КАЗЭКСП, образованная в 1991 году, является одним из генеральных организаторов международных выставок в Казахстане и казахстанских выставок за рубежом. Наряду с выставками компания КАЗЭКСПО при тесном сотрудничестве с посольствами и торговыми представителями иностранных государств занимается организацией семинаров, миссий и презентаций отдельных компаний. Основные ежегодные мероприятия: Национальная выставка «Автоиндустрия Японии»; выставка корейских товаров и технологий под девизом «Новый партнер с Востока» [7].

4. Международная выставочная компания САТЕХРО была основана в 2003 году в г. Алматы. С 2011 года компания САТЕХРО сотрудничает с международными организациями в лице Арагонской Ассоциации Текстиля FITSA (Испания). С 2012 года компания САТЕХРО является партнером международной выставочной компании IGEDO (Германия), а Ассоциации EMI Ente Moda Italia (Италия). На сегодняшний день компания САТЕХРО является одной из немногочисленных компаний на рынке Казахстана, организующей выставки узкой специализации, которые не теряют своей актуальности в данных сферах индустрии страны. С 2013 года компания изменила формат выставок: в прошлые годы он имел в основном ярмарочный характер. Привозились различные бренды, велась розничная торговля и основной целью была непосредственная продажа товара здесь и сейчас. Однако новый формат сделал возможным упор на бизнес составляющую модного рынка, а производители одежды - на поиск деловых партнеров на территории Казахстана. Впервые на Центрально-Азиатской fashion-площадке были организованы B2B встречи, деловые семинары и тематические презентации с участием как российских, так и зарубежных бизнес-партнеров. За прошедшие 10 лет своей деятельности компания САТЕХРО помогла наладить прочные партнерские отношения между казахстанскими и зарубежными предпринимателями, а также активно способствовала появлению крупных брендов на модном рынке Казахстана. Благодаря проведенным выставкам множество иностранных компаний нашли представительства и оформили франшизы, открыли филиалы компаний и заключили сделки с дистрибьюторами, агентами и байерами. Согласно статистике, с каждым годом количество участников и посетителей растет, что свидетельствует о повышении интереса к выставочной отрасли, а также о развитии рынка в целом. 18% от общего числа посетителей составляют представители зарубежных компаний, что является показателем эффективности выставок в Центрально-Азиатском регионе [8].

5. Выставочная компания «Fair Expo» - одна из ведущих компаний Казахстана, работающая на рынке выставочных услуг с 1999 года. Компания принимала участие в реализации таких мероприятий как саммит ОБСЕ, 7-й всемирный исламский экономический форум, международный форум «За безъядерный мир», Астанинский экономический форум и т.д. Кроме того, компания является генеральным застройщиком выставочного комплекса «Корме» в г. Астана, а также официальным партнером компании OTCANORM [9].

6. Группа компаний «ExpoDesign» является организатором международных выставок с 2006 года. Самым масштабным и значимым мероприятием компании является выставка «IntelHouse. EcoCity-2013», охватывающая различные решения автоматизации и управления зданием и домашней автоматизации. Именно на этой выставке периодически представляются программы

внедрения инновационных технологий по развитию умного и экологичного города и интегрированным системам безопасности [10].

Помимо перечисленных компаний выше, на рынке выставочных услуг Казахстана устоявшее положение имеют такие компании как Central Asia Trade Exhibitions – организатор профильных выставок, Turkel Fair Organization Inc., TNT Productions, Inc. и т.д. Также постановлением Правительства Республики Казахстан в 2013 году была создана Национальная компания «Астана ЭКСПО-2017», которая будет вести подготовку и проводить международную специализированную выставку «Астана ЭКСПО-2017». В настоящее время ведется строительство площадки «ЭКСПО-2017» – инновационного городка на 174 га. Проведение данной выставки должно стать знаковым событием, которое послужит мощным толчком для развития ключевых секторов национальной экономики, и выставочной индустрии.

Также дополнительными предпосылками для развития выставочных услуг в Казахстане будут служить усилия правительства на развитие всех секторов экономики и проходящая в стране индустриализация, непременно требующая новых технологий и оборудования. Благодаря различным государственным программам отмечается колоссальный рост в развитии строительства; большое внимание со стороны Правительства уделяется вопросам энергоэффективности. В сфере здравоохранения все больше привлекаются частные отечественные и иностранные инвесторы, осваиваются новые технологии и оборудование. Новый курс на развитие аграрного сектора и пищевого производства также может повысить активность отрасли на выставочном рынке. К тому же благоприятный инвестиционный климат в Казахстане приносит значительный вклад в развитие международного выставочного бизнеса в Казахстане. Кроме того, введение с 2015 года в Казахстане безвизового режима для 19 стран Европы и Азии должно позитивно повлиять на увеличение числа иностранных экспонентов и участников казахстанских выставок.

Таким образом, местные организаторы выставочной деятельности, развивая инфраструктуру и осваивая современные технологии выставочной деятельности, следят за мировыми тенденциями развития выставочного бизнеса. В стране начали появляться комплексы, уровень которых соответствует международным стандартам. Среди них можно назвать «Атакент-экспо» с 15 тыс. кв. м. выставочных площадей, «Евролюкс» с 16 тысяч кв. м (АО «Атакент») [4], «Корме» с 5802 кв. м. [11]. При этом в распоряжении АО «Атакент» имеется территория в 650 кв. земли, 95% территории которой еще не обустроена.

Как мы указали выше, территория самого крупного выставочного центра Казахстана составляет всего 19 тыс. кв. м. Не имея общей статистики в данной области и учитывая небольшое количество и малые размеры выставочных компаний, можно предположить, что обеспеченность регионов выставочно-ярмарочными площадями недостаточна. Например, в Германии для проведения специализированных выставочных мероприятий используются 22 выставочных комплекса общей площадью 2,75 млн. кв.м. В Италии совокупная площадь используемых выставочных центров составляет более 2 млн.кв.м., в Китае – более 6 млн.кв. м [12]. Учитывая, что спрос определяет предложение, работа должна быть направлена в первую очередь на увеличение количества крупных выставок. Только прибыльность и полная загруженность выставочных площадей будет способствовать увеличению инициатив по построению более крупных выставочных комплексов в стране. С другой стороны, построение и оснащение выставочных площадей является дорогостоящим удовольствием. Как показывает мировой опыт, выставочная площадь, стоимость которой составляет 1 млрд. долларов, окупится только через 3-5 столетий. Поэтому во всех странах с развитой выставочной индустрией как Германия, США, Китай, крупные выставочные площади строятся с помощью государственной поддержки.

Резервы повышения активности выставочной индустрии в Казахстане заключаются в проведении государственной политики по поддержке выставочной активности бизнеса. Однако такая помощь у нас носит фрагментарный характер. Местные акиматы и Министерства к моменту сдачи отчетности, организуют ярмарки и выставки, при этом вынуждая частный бизнес принимать участие в них. Кроме того, зачастую их не интересует, какую выгоду извлечет бизнес от подобных мероприятий. В результате спонтанных решений о проведении выставки, также малых ожидаемых перспектив для частных компаний, последние особо не утруждаются с тщательной подготовкой и организацией своего стенда. Поэтому выставки, организованные по инициативе правительства или других государственных органов не эффективны. За рубежом заказчиком выставочных мероприятий выступают бизнес-ассоциации, которые преследуют интересы частного бизнеса. Таким образом, в Казахстане конкретных мер, направленных на реальное стимулирование предприятий

на участие в выставочной деятельности в настоящее время не существует. Так, в Германии компании, которые участвуют в выставках, получают массового субсидирования от государства.

Поэтому назрела необходимость разработки Концепции развития выставочной индустрии Казахстана, в котором в обязательном порядке нужно четко разграничить полномочия государственных органов управления, ТПП РК, отраслевых союзов и ассоциаций. При этом государственные органы должны выделять средства на поддержку бизнеса, а ТПП РК и ассоциации совместно должны принимать решения о выборе приоритетных направлений выставочной деятельности. Главное требование – отсутствие вмешательства государственных органов в принятии таких решений. Вопросы координации выставочной деятельности должны решаться самими выставочниками и ассоциациями посредством формулирования своих предложений министерствам, как это происходит в Германии, Франции и других странах. Частный бизнес должен принимать участие на тех выставках, которые им выгодны. Применение подобной модели взаимодействия участников выставочного рынка было бы очень полезно в казахстанской практике. Однако для выставочных мероприятий, связанных с государственными интересами в сфере обороны и безопасности, также с имиджевыми выставками страны применение данной модели не целесообразно – государство должно играть главную роль в этих отраслях.

Отсутствие государственной поддержки в данной отрасли повышает роль всемирных крупных ассоциаций выставочной индустрии, с которыми крупные игроки выставочного рынка должны установить и развивать отношения. В настоящее время в Казахстане отсутствует отдельный закон о выставочной деятельности. Основные положения выставочно-ярмарочной деятельности регулируются всего лишь Ст. 28. «Выставочно-ярмарочная деятельность» Закона Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года [13].

Сегодня небольшая часть представителей казахстанского бизнеса начали воспринимать выставки в качестве инструмента вхождения в определенное бизнес-сообщество, повышения узнаваемости компании, укрепления репутации, продвижения своих товаров на зарубежные рынки. В выставках и ярмарках принимает участие небольшое количество таких казахстанских компаний, что обусловлено непониманием значимости выставок ими как комплекса инструментов маркетинга, отсутствием сотрудников с соответствующим образованием. Эта проблема имеет системный характер и начинается с образования - программы по маркетингу очень скупо представляют выставочную деятельность. Также большинство компаний Казахстана возглавляются специалистами в области производства. Отсюда и вытекают малая доля маркетинговых расходов, а расходы на выставочную деятельность вообще мизерны. К примеру, в Германии более 19% от общих маркетинговых расходов (более 75 млрд. евро) связаны с выставочной индустрией. В России же 2% от маркетингового бюджета составляют расходы на выставочную деятельность. Учитывая более высокий уровень развития выставочного бизнеса в России, можно предположить, что в Казахстане этот показатель еще ниже.

Также не менее насущной проблемой выставочного бизнеса является недостаток квалифицированных кадров по выставочному менеджменту. В Казахстане пока нет вузов, которые бы готовили бы сильных специалистов в данном направлении. Часто организаторами выступают специалисты смежных специальностей. Большие выставочные компании могут себе позволить пригласить узких специалистов, и это, безусловно, помогает в работе. Также есть необходимость создания крупного исследовательского центра. Такой центр можно создать на базе АО «Атакент» или НПП «Атамекен».

Анализ объявлений по выставочным мероприятиям в различных источниках интернета показывает, что в Казахстане ежегодно проходит большое количество выставок с похожей тематикой и с одинаковым составом экспонентов. В сложившейся ситуации можно говорить только о псевдоконкуренции. На сайтах организаторов подобных выставок отсутствуют результаты и отчеты проведения той или иной выставки. Поэтому, на наш взгляд, только специализация выставочных центров приведет к качественному развитию выставочной индустрии в Казахстане.

Еще одной проблемой выставочной отрасли является наличие очень мелких выставочных компаний, которые, не имея свои собственные наработки, копируют концепцию других выставочных центров, собирая небольшое количество участников. Мы считаем, что на законодательном уровне необходимо закрепить такие требования к выставочным организациям, как наличие действующего собственного сайта в интернете, наличие соответствующего опыта у руководителей, наличие достаточного количества соответствующих специалистов. Также необходимо поднять роль ТПП «Атамекен» в координации действий всех сторон: бизнесменов, властей, владельцев

выставочных площадей и организаторов выставок. ТПП «Атамекен» должна диктовать тематику и содержание экспозиций, а те, кто организует выставки, - профессионально заниматься организацией. Следует закрепить за ТПП РК функцию регистратора выставочных компаний, чтобы вести статистику выставочной деятельности в республике. Можно не исключать возможность внедрения раздела по выставочной деятельности в работе Комитета по статистике МНЭ РК.

Целесообразно рассмотреть возможность создания Союза выставочных компаний Казахстана, в который войдут добросовестные организаторы выставок. На уровне такого союза можно будет разработать Кодекс этики для организаторов выставок, направленный на развитие добросовестных конкурентных отношений на рынке выставочных услуг. Основные положения Кодекса должны отражать следующие моменты:

- запрет на использование зарегистрированных марок и брендов;
- запрет на использование фирменных логотипов, похожих на логотипы других компаний;
- запрет на использование похожих наименований выставок;
- объявление о предстоящей выставке не позднее, чем за один год;
- показывать реальную статистику мероприятий и т.д.

Также необходимо вести рейтинг выставочных компаний по количественным и качественным показателям проведенных выставок, по отзывам участников. Подобные действия позволят «отфильтровать» неэффективные выставочные компании и представлять более добросовестные и эффективные выставочные организации для потенциальных экспонентов.

Существует множество причин, в силу которых в Казахстане выставочная индустрия не развивается желаемыми темпами. При этом основными тормозящими факторами являются неразвитость гостиничного хозяйства и инфраструктуры, в частности, плохое состояние дорог. В США средняя скорость движения грузов составляет 1400 км в сутки, а в странах СНГ, в том числе и в Казахстане – 300 км в сутки. Низкое качество автомобильных дорог, а также отсутствие конкуренции в сфере железнодорожной логистики, делает транспортную составляющую товара очень дорогой. Из этого следует сделать вывод, что высокая стоимость участия в выставке во многом обусловлена дороговизной логистических услуг. Для зарубежных посетителей выставок обременительным считается прохождение бюрократизированных таможенных процедур. В некоторых случаях для прохождения таможенного контроля одного грузовика и заполнения соответствующих документов требуется 10-12 часов. Учитывая, что таких грузовиков у одного экспонента может быть несколько десятков, а самих экспонентов может быть несколько, то несложно догадаться, сколько времени уйдет на прохождение этих процедур. Поэтому компании предпочитают принимать участие в тех выставках, где подобных барьеров не существуют.

Хотелось бы отметить очень важную проблему в части несовершенства рынка выставочных услуг. Несмотря на наличие крупных выставочных центров, многие из них не способны оказать полный спектр выставочных услуг, как это происходит за рубежом. Вследствие этого, многие компании не желают участвовать в выставках, не удовлетворяясь лишь арендой выставочных площадей. Например для выставки оборудования необходим подвод электричества, обеспечение безопасности, специальное освещение и т.д.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить следующие проблемы выставочной деятельности в Казахстане:

- отсутствие Концепции развития выставочной деятельности и специального Закона, регулирующего вопросы выставочной деятельности;
- недостаточное развитие материально-технической базы выставочно-конгрессной деятельности и не соответствие международным требованиям;
- высокая стоимость логистических услуг;
- сложность прохождения таможенных процедур иностранными участниками выставок;
- отсутствие эффективной системы координации и государственной поддержки выставочной деятельности;
- отсутствие системы выставочного аудита (проверка статистических показателей выставочных мероприятий);
- отсутствию официальной статистики по выставочной деятельности;
- отсутствие эффективной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в сфере выставочной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Выставочная деятельность в Казахстане [Электронный ресурс] Портал «Выставочные стенды» URL: <http://www.jsj.kz> (дата обращения: 07.09.2016)
- [2] Закон Республики Казахстан «О торгово-промышленных палатах» URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30009997 (дата обращения: 02.09.2016)
- [3] Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования инвестиционного климата» от 12 июня 2014 года № 209-V ЗРК // Казахстанская правда" от 13.06.2014 г. № 115
- [4] С 2016 года принцип одного окна заработает для всех инвесторов. Центр деловой информации Kapital.kz. [Официальный сайт] Дата публикации: 19/11/2015. (дата обращения: 02.09.2016)
- [5] О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в государствах-участниках Содружества Независимых Государств (2013 год) // Интернет портал СНГ. URL: <http://www.e-cis.info/> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [6] URL: <http://www.iteca.kz/ru/o-kompanii> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [7] URL: http://www.kazexpo.kz/about_company.htm [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [8] URL: <http://www.catexpo.kz/> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [9] URL: <http://www.fairexpo.kz/> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [10] URL: <http://www.expodesign.kz/> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [11] <http://www.korme-expo.kz/> [Официальный сайт] (дата обращения: 07.09.2016)
- [12] «Global Exhibition Industry Statistics» http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014_exhibiton_industry_statistics_b.pdf
- [13] Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года № 544-II «Казахстанская правда» от 20 апреля 2004 г. № 81 (24391)

REFERENCES

- [1] Vystavochnaja dejatel'nost' v Kazahstane Portal «Vystavochnye stendy» URL: www.jsj.kz
- [2] Zakon Respubliki Kazahstan «O torгово-promyshlennyh palatah» URL: online.zakon.kz/Document/?doc_id=30009997
- [3] Zakon Respubliki Kazahstan «O vnesenii izmenenij i dopolnenij v nekotorye zakonodatel'nye akty Respubliki Kazahstan po voprosam sovershenstvovanija investicionnogo klimata» 2014. Kazahstanskaja pravda 13.06.2014. № 115
- [4] S 2016 goda princip odnogo okna zarabotaet dlja vseh investorov. Centr delovoj informacii Kapital.kz.
- [5] O vystavочно-jarmarочноj i kongressnoj dejatel'nosti v gosudarstvah-uchastnikah Sodruzhestva Nezavisimyh Gosudarstv 2013. Internet portal SNG. URL: www.e-cis.info
- [6] URL: <http://www.iteca.kz/ru/o-kompanii>
- [7] URL: http://www.kazexpo.kz/about_company.htm [Ofic. sajti]
- [8] URL: <http://www.catexpo.kz/>
- [9] URL: <http://www.fairexpo.kz>
- [10] URL: <http://www.expodesign.kz>
- [11] <http://www.korme-expo.kz>
- [12] «Global Exhibition Industry Statistics» http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014_exhibiton_industry_statistics_b.pdf
- [13] Zakon Respubliki Kazahstan «O regulirovanii torговоj dejatel'nosti», «Kazahstanskaja pravda» 2004

Б. М. Жакипов

Нархоз университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӨРМЕ ҚЫЗМЕТІНІҢ ДАМУЫН ТАЛДАУ ЖӘНЕ ОНЫҢ КЕЛЕШЕГІ

Аннотация. *Жұмыстың мақсаты* – Қазақстан республикасындағы көрме қызметінің дамуына талдау жүргізу және оның заманға сай шарттарда ары қарай қызмет етуінің келешегін талдау.

Қойылған мәселені зерттеу және кезеңдік міндеттерді шешу негізі ретінде экономикалық зерттеулердің түрлі әдістері: жүйелік және құрылымдық-функционалдық талдаулар, салыстырмалы және логикалық әдістер қолданылған.

Нәтижелері: Қазақстанның көрме нарығына сапал баға беріліп, оның негізгі қатысушылары анықталған. Көрме бизнесінің құқықтық негізі зерттеліп, саланың Қазақстанда дамуын тежейтін факторлар айқындалған. Қазақстандағы көрме қызметі дамуының басым бағыттары анықталып, көрме қызметтері нарығындағы ахуалды жақсарту бойынша тиімді шаралар ұсынылған.

Зерттеу нәтижелерінің аясы. Негізгі қорытындылар мен тәжірибелік ұсыныстарды осы мәселе бойынша зерттеулерді одан әрі тереңдету үшін әдістемелік негіз ретінде пайдалануға болады.

Түйінді сөздер: Көрме индустриясы, инвестициялар, көрме алаңдары, экспоненттер, көрме орталықтары, көрмелер.