

## ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРЕСІВ АПК

©2022 ГОЛОВНЯ О. М.

УДК 338.43:659.152.2  
JEL Classification: F20; Q13

Головня О. М.

### Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК

Розглянуто питання про стан сучасних виставок, які є важливим засобом комунікації між виробниками та споживачами на ринку України в умовах ринкової економіки. Виставки стали відображенням матеріально-технічного та інформаційно-комунікативного розвитку, стандартизованим показником цін, економічно-політичною платформою прогнозованих змін попиту та пропозиції на світовому аграрному ринку, а також глобалізованим явищем з економічно-політичним і соціально-культурним змістом. Автор доводить, що міжнародні аграрні виставки та ярмарки є найбільш ефективним інструментом вивчення кон'юнктури агропромислового ринку, пошуку потенційних споживачів, встановлення ділових та коопераційних контактів, налагодження ділового співробітництва та інтеграційних зв'язків, підбору потенційних інвесторів та іншого. Охарактеризовано такі провідні міжнародні аграрні виставки, як: Міжнародна виставка сільськогосподарської техніки та обладнання «Agritechnica» у Ганновері; найбільша платформа для експонування обладнання та продуктів харчової промисловості, сільського господарства та садівництва – виставка IGW Berlin (International Green Week); Міжнародний Зелений тиждень (International Green Week (IGW)); Міжнародна виставка тваринництва та птахівництва EuroTier Hannover; аграрна виставка у Парижі – SIMA Simagena Simavip; Паризький агросалон, що спеціалізується на тваринництві, садівництві та продуктах харчування – SIA (Salon International de L'agriculture); Міжнародна виставка сучасного сільськогосподарського обладнання та техніки AgriEquip у Шангаї; Міжнародна виставка Warsaw Food Expo у Польщі; Міжнародна агропромислова виставка в Києві. Аргументовано, що виставкова діяльність сприяє зміцненню конкурентних позицій аграрного підприємства на ринку, створенню тривалих взаємовигідних партнерських відносин, збільшенню внутрішньої та зовнішньої торгівлі підприємства та просуванню аграрних і продовольчих товарів на інші сегменти ринку.

**Ключові слова:** виставкова діяльність, міжнародні аграрні виставки, агропромисловий комплекс, аграрні компанії.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-1-20-25>

**Табл.:** 2. **Бібл.:** 16.

**Головня Олена Михайлівна** – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

**E-mail:** [ellens@meta.ua](mailto:ellens@meta.ua)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-8396-4846>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/1929039/olena-golovnia/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210414324>

UDC 338.43:659.152.2  
JEL Classification: F20; Q13

### *Holovnia O. M. Exhibitions and Fairs as an Integration Tool for Implementing the Interests of Agricultural Enterprises*

The state of modern exhibitions is considered, the latter being an important means of communication between producers and consumers in the Ukrainian market under market economy. Exhibitions reflect the material, technological, information, and communication development; they have become a standardized price indicator, an economic and political platform forecasting changes in supply and demand in the global agricultural market, and a globalized phenomenon with economic, political and socio-cultural content. The author argues that international agricultural exhibitions and fairs are the most effective tools for studying the situation in the agro-industrial market, finding potential consumers, establishing business and cooperation contacts, setting up business cooperation and integration, searching for investors, and more. The article characterizes such leading international agricultural exhibitions as: "Agritechnica", or the International Exhibition of Agricultural Machinery and Equipment in Hanover; IGW Berlin (International Green Week), which is the largest platform for exhibiting equipment and products of the food industry, agriculture and horticulture; International Green Week (IGW); EuroTier Hannover, or the International Exhibition of Livestock and Poultry; SIMA Simagena Simavip, which is an agricultural exhibition in Paris; SIA (Salon International de L'agriculture), or Paris Agricultural Salon, specializing in animal husbandry, horticulture and food; AgriEquip, or International Modern Agricultural Equipment & Technology Exhibition held in Shanghai; the international exhibition of Warsaw Food Expo in Poland; and International Agro-Industrial Exhibition in Kyiv. It is argued that participation in exhibitions strengthens the

*competitiveness of agricultural enterprises, create long-term mutually beneficial partnerships, increase the enterprise's domestic and foreign trade, and promote agricultural and food products in other market segments.*

**Keywords:** participation in exhibitions, international agrarian exhibitions, agro-industrial complex, agrarian companies.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 16.

**Holovnia Olena M.** – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of Foreign Economic Activity, Hotel and Restaurant Business and Tourism, Vinnytsia National Agrarian University (3 Soniachna Str., Vinnytsia, 21008, Ukraine)

**E-mail:** ellens@meta.ua

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-8396-4846>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/1929039/olena-golovnia/>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210414324>

**Вступ.** Одним із цільових завдань і важливою функцією державного регулювання аграрного сектора економіки України є формування та розвиток сучасної інфраструктури аграрного ринку. Важливою складовою інфраструктури аграрного ринку є виставки та ярмарки. Виставково-ярмаркова діяльність у сучасних умовах постає одним з ефективних інструментів інтеграції, що дозволяє просувати національні товари та виробників на світових ринках. Глобальне економічне середовище сьогодні характеризується вагомою диверсифікацією товарів і послуг, вироблених різними країнами, що зумовлює загострення конкурентної боротьби між провідними виробниками, країнами та регіонами, які спеціалізуються на виробництві певної продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження теоретичних, методичних та практичних аспектів виставково-ярмаркової діяльності здійснювали такі вітчизняні теоретики та практики, як: Бойчук І. В. [9], який визначав комунікаційні складові виставково-ярмаркової діяльності; Головчук Ю. О. [11] – аналізував партнерські відносини в виставково-ярмаркових заходах; Мунтян І. В. [14] – вивчав можливості просування бренду за рахунок виставково-ярмаркової діяльності.

Проте бракує досліджень, пов'язаних з виставково-ярмарковою діяльністю в галузях АПК. Тому метою статті є дослідження особливостей стану і розвитку виставково-ярмаркової діяльності в галузях агропромислового комплексу в умовах інтеграційних процесів.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» виставково-ярмаркова діяльність спрямована на створення сприятливих умов для збільшення обсягів експорту конкурентоспроможної продукції та послуг, удосконалення технологій, залучення інвестицій і кредитів, забезпечення науково-технічного і технологічного оновлення вітчизняного виробництва, зміцнення міжнародних зв'язків, підвищення міжнародного іміджу держави, розвитку ділового туризму в регіонах України, активізації інноваційного процесу та виробничої кооперації [16].

В усьому світі щорічно проводиться приблизно 32 тисяч виставок, на яких представлено 4,5 мільйона компаній-експонентів та залучено понад 303 мільйони відвідувачів. Експоненти та відвідувачі щорічно витрачають на виставки близько 116 млрд євро (137 млрд дол. США), що робить виставки важливою світовою галуззю [5].

В Україні створена Рада з питань виставкової діяльності, основним завданням якої є: визначення пріоритетних напрямків розвитку виставкової діяльності у сфері аграрного сектора економіки; надання рекомендацій щодо переліку заходів виставкової діяльності за участю Мінагрополітики, в тому числі представлення України на виставково-ярмаркових заходах за кордоном; надання рекомендацій щодо організатора та розпорядника виставок і ярмарків; участь у розробці концепції та програм розвитку виставкової діяльності в агропромислового комплексу України; участь у розробці проектів нормативно-правових актів з питань виставкової діяльності; формування сприятливих умов для представлення досягнень вітчизняних виробників України у агропродовольчій сфері; сприяння запровадженню міжнародного досвіду організації виставок агропродовольчого спрямування [12].

Європейський альянс виставкової індустрії вважає, що світовий виставковий бізнес має вражаючі вторинні ефекти, такі як: збільшення продуктивності праці, зростання робочих місць, покращення інфраструктури. Емісійне правило говорить, що виставки провокують витрати приблизно в шість разів більше суми обороту, створеного організаторами в регіоні, де вони відбуваються [1].

Для прикладу: німецька промислова асоціація AUMA оцінює внесок виставкової діяльності в соціально-економічний розвиток Німеччини в розмірі 23,5 млрд євро на рік. Це дорівнює 226 тис. робочих місць, створених виставками в Німеччині. Експоненти витрачають 7,8 млрд євро, відвідувачі – 3,8 млрд євро, а організатори виставок вкладають 0,4 млрд євро. Німеччина отримує податкові надходження у розмірі близько 3,8 млрд євро. Робочі місця в основному створюються та забезпечуються у секторі послуг, наприклад, послуги виставок для організаторів та експонентів, таких як будівництво стендів, логістика, персонал та переклад тощо. Послуги для експонентів та відвідувачів навколо їх участі у ярмарках включають діловий туризм, транспортну галузь, роздрібну торгівлю та культуру.

У 2021 році Глобальна асоціація виставкової індустрії провела опитування серед 457 компаній у 64 країнах світу для визначення найбільш впливових факторів на активізацію виставкової діяльності в світі. Результати опитування наведені в табл. 1.

Число працівників, зайнятих у світовому сільському господарстві, перевищує 1 млрд. Ця цифра наголошує на значущості аграрної галузі для економіки будь-якої країни.

Результати опитування, проведеного Глобальною асоціацією виставкової індустрії

№ з/п	Фактори впливу на відновлення виставкової діяльності (на думку опитаних)	% опитаних, що вважають цей фактор вагомим
1	Готовність компаній-учасників та відвідувачів брати участь у виставках знову	64 %
2	Скасування поточних обмежень на внутрішні та зарубіжні поїздки	63 %
3	Активізація поточної державної політики, яка застосовується на місцях до виставок	52 %

Джерело: складено автором за [4]

Розвинене сільське господарство дозволяє державі стати менш залежним від іноземних товарів. Тема імпортозаміщення сьогодні актуальна як ніколи. Тому виставки агропромислового комплексу стають більш відвідуваними, а кількість заходів цієї тематики неухильно зростає.

Міжнародні аграрні виставки та ярмарки є найбільш ефективним інструментом вивчення кон'юнктури агропромислового ринку, пошуку потенційних споживачів, встановлення ділових та коопераційних контактів, налагодження ділового співробітництва та інтеграційних зв'язків, підбору потенційних інвесторів та іншого. Серед всесвітньо відомих міжнародних аграрних виставок слід назвати такі.

Міжнародна виставка сільськогосподарської техніки та обладнання «Agritechnica» у Ганновері – найбільша аграрна виставка. В експозиції – широкий асортимент сучасної сільгосптехніки та комплектуючих до неї. Головні теми виставки Agritechnica: автоматизація окремих систем сільськогосподарської промисловості та наступне підвищення рівня ефективності виробництва та ресурсозбереження.

Виставка IGW Berlin (International Green Week) – найбільша платформа для експонування обладнання та продуктів харчової промисловості, сільського господарства та садівництва.

Міжнародний Зелений тиждень (International Green Week (IGW)) – це унікальна міжнародна виставка продуктів харчування, сільського господарства та садівництва. Виробники продуктів харчування та напоїв з усього світу використовують цю виставку як ринок продажу та тестування, а також для зміцнення іміджу.

Перший Зелений Тиждень (тоді ще не «міжнародний») був проведений з 20 по 28 лютого 1926 року, коли у співробітника Берлінського бюро туризму виникла ідея об'єднати традиційну зимову зустріч Німецького сільськогосподарського товариства з сільськогосподарською виставкою як вторинне вітрине для учасників ярмарку. Після воз'єднання Німеччини у 1990-х роках Зелений Тиждень суттєво виріс. Сьогодні ця виставка проводить різні спеціальні шоу на такі теми, як, приміром, «Німецький сир».

Тематичні розділи виставки: дерево, деревина та дерев'яні вироби; розваги для сільської місцевості; події для ферми; органічні продукти; відновлювані ресурси; інтернаціональні продукти харчування; вулична їжа; продуктові тренди майбутнього; вино; агропромисловість; квіти; тварини [6].

У межах виставки все частіше пропонуються сучасні послуги фермерам (такі як відпочинок та шопінг у сільській місцевості), а також інформація про відновлювані джерела енергії та відновлювані ресурси.

На «Зеленому тижні» професіонали та споживачі обирають сільськогосподарське та садівниче обладнання для ефективного господарювання, приладдя для полювання та риболовлі, пробують національні страви, свіжі продукти міжнародної кухні та дегустують напої, проблемні питання сфери агропромислового бізнесу обговорюють представники та експерти з усіх областей сільського господарства та лісового господарства, садівництва та рибальства з Німеччини та з-за кордону.

У рамках ділової програми проходить Глобальний форум продовольства та сільського господарства. Однак Міжнародний зелений тиждень – це не лише ярмарок для професіоналів у сфері торгівлі, виробників продуктів харчування та маркетологів. Протягом десяти днів IGW презентує нові продукти, дегустації їжі, проводить демонстрації живих тварин, таких як корови та вівці. Всі ці заходи приваблюють понад 400 000 відвідувачів щороку. Серед них є гурмани, школярі та сім'ї, які хочуть більше дізнатися про те, звідки походить наша їжа, і про останні тенденції в їжі.

IGW також демонструє комерційні та некомерційні сільськогосподарські, лісові та ландшафтні експонати. Постійними темами є відновлювані ресурси, наукове розведення худоби та методи виробництва. Ці елементи виставки представляють особливий інтерес для відвідувачів, які працюють на ринках Центральної та Східної Європи.

Міжнародний зелений тиждень у 2021 та 2022 роках пройшов повністю як віртуальна подія, де було створено платформу для діалогу з питань сільськогосподарської політики. Ці роки стали ексклюзивним заходом B2B без широкої публіки.

Міжнародна виставка тваринництва та птахівництва EuroTier Hannover – майданчик для обговорення перспектив галузі та головна подія у світі тваринництва, що проходить у Німеччині. З періодичністю раз на два роки в Ганновер з'їжджаються майстри з розведення худоби та птиці.

У центрі уваги EuroTier – тваринницька техніка, автоматичні системи управління, засоби виробництва та сервісні послуги.

Ділова програма виставки складається з семінарів на теми генетики у тваринництві та птахівництві, біоенергетики, децентралізованого енергопостачання.

SIMA Simagena Simavir – ще одна аграрна виставка у Парижі. Тематичні розділи охоплюють рослинництво та тваринництво. Відвідувачам представляється широкий вибір продукції: техніка для обробки ґрунту, обладнання для зелених насаджень, засоби для захисту рослин, збирання, пакування та транспортування врожаю.

Паризький агросалон SIA (Salon International de L'agriculture) спеціалізується на тваринництві, садівництві та продуктах харчування. Французька виставка SIA – один із найбільших у країні показів тварин: від декоративних риб до великої рогатої худоби.

Міжнародна виставка сучасного сільськогосподарського обладнання та техніки AgriEquip щорічно проходить у Шанхаї. На порядку аграрної експозиції – сільськогосподарське обладнання та машини, технології обробки та обробітку ґрунту. Виставка AgriEquip – це бізнес-платформа для пошуку галузевих партнерів. Показ супроводжує форум сільськогосподарського машинобудування.

17–19 травня 2022 року в Польщі відбулася Міжнародна виставка Warsaw Food Expo, що є найбільшою продовольчою виставкою в Польщі та чудовою можливістю представити продукти харчування, охопити одержувачів з роздрібних мереж та індустрії HoReCa у таких секторах, як м'ясо та риба, молочні продукти, фрукти та овочі, випічка та кондитерські вироби, напої та алкоголь, регіональна їжа. Всі зацікавлені виробники та покупці зможуть взяти участь у B2B-зустрічах з представниками найбільших роздрібних мереж у Польщі та закордонних закупівельних груп.

Основні тематики цієї виставки: м'ясо та м'ясні продукти; фрукти, овочі та їх консерви; кава, чай, напої та алкоголь; жири та олії; молоко та молочні продукти, яйця; зернові продукти; хлібобулочні та кондитерські вироби; готові страви та функціональні продукти.

Міжнародна виставка Warsaw Food Expo – це найбільший торговий ярмарок, присвячений агропродовольчому сектору, захід B2B, метою якого є просування польського харчового сектора, міжнародний ярмарок, в якому іноземні покупці беруть участь в організованих поїздках та програмі Hosted Buyers. На виставці відбулися індивідуальні ділові зустрічі з представниками роздрібних мереж та провідних дистриб'юторів продуктів харчування у Польщі та була можливість встановити прямі ділові контакти та збільшити продаж своєї продукції [6].

Програма Hosted Buyers є спеціальною програмою VIP-зустрічей з метою укладення інвестиційних і комерційних контрактів.

Програма Hosted Buyers дає можливість вести бізнес з провідними постачальниками в комфортних та ефективних умовах. Відвідування ярмарку чи виставки економить час, оскільки умови програми організують перебування. Програма дає можливість знайти продукцію та постачальників до початку ярмарку а також створює чудові можливості для спілкування з провідними професіоналами галузі. Програму Hosted Buyers було запущено на Міжнародному сільськогосподарському ярмарку Polagra Premieri, метою якого є розвиток комерційного виміру між польськими виробниками та підрядниками з-за кордону шляхом організації індивідуальних зустрічей ключових іноземних покупців з експонентами на їх вибір.

Програма включає: попередній маркетинговий аналіз ринку; підготовку до зустрічі з потенційними партнерами; організацію місця переговорів з дотриманням конфіденційності; лобювання та супровід бізнес-інтересів нерезидентів в європейських країнах.

Крім того, виставка Warsaw Food Expo використовує Buy Poland – це онлайн-платформа для презентації експортного потенціалу польської економіки. У багатьох галузях Польща є одним із лідерів світового експорту, а наша галузь успішно виступає в міжнародній конкуренції. Завдання Buy Poland – допомогти іноземним клієнтам у пошуку польських постачальників. Каталог містить інформацію про виробників, що працюють на міжнародних ринках [2].

Україну на Warsaw Food Expo представляла рекордна кількість компаній. На двох національних стендах, розгорнутих ГС U-Food та платформою Do Business with Ukrainians («Робіть бізнес з українцями»), свою продукцію представили 40 українських товаровиробників.

Платформу Do Business with Ukrainians запустили спільнота Українського Католицького Університету Business School (LvBS) та зовнішні експерти з різних сфер економіки задля підтримки малого та середнього бізнесу. Платформа є своєрідним маркетплейсом. З одного боку – українські підприємці пропонують свої послуги та продукти, а з іншого – потенційні клієнти з-за кордону можуть допомогти українській економіці своїми замовленнями.

Цілі проекту Do Business with Ukrainians:

- допомагати українському малому та середньому бізнесу залучати міжнародні замовлення;
- надавати підтримку для успішного управління цими міжнародними проектами; (знання, спілкування, наставництво, англійські акаунти);
- надати грантову допомогу малому бізнесу, щоб допомогти їм уже виконувати свої зобов'язання (сплачувати податки, зарплату).

Фактично одним із наступних рівнів проекту є розгляд можливості допомоги підприємцям у залученні грантової допомоги. Завдячуючи платформі Do Business With Ukrainians на виставці був представлений колективний стенд крафтових українських виробників.

З початку війни розпочалися розсилки по бізнес-спільнотам на реєстрацію українського бізнесу на порталі DoBizWithUA.com. Після реєстрації компанії перевірялися у відкритих базах за ЄДРПОУ та інтерв'ювалися для визначення спроможності ведення бізнесу під час війни та наявності ресурсів для експорту. Завдяки членам команди Do Business With Ukrainians у Польщі після переговорів з організаторами виставки Україна отримала нагоду представити український бізнес на безкоштовному стенді. Після цього були надіслані запрошення всім провалідованим компаніям у базі Do Business With Ukrainians і запропоновано взяти участь тим, хто міг би фізично бути присутнім на виставці Warsaw Food Expo, мав би англійських людей для роботи там, можливість привезти зразки продукції на виставку та мав англійські маркетингові матеріали. Окрім колективного стенду, проект Do Business With Ukrainians надав учасникам організаційну та комунікаційну підтримку [15].

Україна також має позитивний досвід проведення потужних висавкових заходів.

8–11 червня 2021 року на базі Національного комплексу «Експоцентр України» м. Київ, проходила XXXIII Міжнародна агропромислова виставка «АГРО-2021», яку вважають найважливішою подією року в агропромисловому секторі України й ефективною платформою для демонстрації новітніх галузевих досягнень, представлення результатів наукових розробок, нових інноваційних рішень і технологій тощо. Агропромислова виставка – одна з найбільших виставок не лише в Україні, а й у Східній Європі. Вона є ефективною платформою для вдосконалення виробництва, презентацій і впровадження інновацій в усіх сферах АПК України. Виставка надала можливості для співпраці з країнами, які належать до лідерів світового

аграрного сектору. Особлива увага приділялась новинкам сільськогосподарської техніки та обладнанню й устаткуванню, високопродуктивним породам свійських тварин, сучасним агротехнологіям. У рамках виставки відбулись різноманітні заходи ділової програми АПК у форматі семінарів, тренінгів тощо. Основними тематиками ділової програми були: стратегічні пріоритети та плани подальшого розвитку АПК; державна підтримка; експорт сільськогосподарської продукції, органічне виробництво; розвиток кластерів, кооперативів, фермерства, сільських територій і зеленого туризму; інновації, технології, логістика фінансові інструменти; адаптація до зміни клімату, збереження родючості ґрунтів, зрошення; аграрна освіта та наука.

У рамках заходу проводилися різноманітні спеціалізовані напрями, зокрема:

Таблиця 2

Спеціалізовані напрями XXXIII Міжнародної агропромислової виставки «АГРО-2021»

№ з/п	Назва спеціалізованого напрямку	Характеристика спеціалізованого напрямку
1	ЕкспоАгроТех	Спеціалізована виставка сільськогосподарської техніки, обладнання та запасних частин
2	Animal.EX	Спеціалізована виставка свійських тварин, ветеринарії та товарів для тваринництва
3	FishExpo	Спеціалізована виставка рибного господарства та рибальства
4	Рослинництво та агрохімія	Спеціалізована виставка технологій вирощування, захисту та збереження рослин
5	ORGANIC	Спеціалізована виставка екологічно чистих продуктів та технологій
6	Сучасний фермер	Спеціалізована виставка комплексних рішень для фермерських господарств та приватних землевласників

Джерело: складено автором за [8]

Вінниччина має один із найпотужніших серед регіонів України агропромисловий комплекс, який демонструє високі темпи розвитку та вагомі результати господарювання. Неодноразово, впродовж останніх років, Вінницька область займає перше місце серед регіонів України за обсягами та темпами виробництва зернових культур, цукрових буряків, картоплі, плодоягідної продукції, м'яса, молока, чисельністю поголів'я ВРХ, корів та птиці.

По-друге, на сьогодні область є особливо привабливою платформою для інвесторів. Наразі реалізується близько 100 інвестиційних проектів, які складають досить потужний потенціал та в перспективі даватимуть гарний результат. В рамках стратегії розвитку Вінницької області діє програма особистих селянських господарств та розвитку кооперативного руху з можливістю отримання пільгових кредитів.

По-третє, вигідне економіко-географічне положення як для учасників, так і для відвідувачів виставок.

7–9 вересня 2021 року відбулася перша регіональна агропромислова виставка «Агро-Вінниця», яка проводилась на території аеропорту «Вінниця» у селі Гавришівка.

«Агро-Вінниця» – це:

- головна виставкова подія у агропромисловому комплексі регіону;

- ефективна платформа для демонстрації найновіших галузевих досягнень;
- презентація нової техніки та устаткування, інноваційних рішень і технологій;
- масштабна польова демонстрація роботи техніки;
- зустріч ключових учасників агропромислового ринку;
- відкриття нових можливостей для розвитку локального і національного бізнесу.

Виставку у Вінниці організувала команда, яка має 17-річний успішний досвід проведення найбільшої в Україні та Східній Європі агропромислової виставки «АГРО» у Києві. У події взяло участь близько 200 українських виробників та дилерів сучасної сільськогосподарської техніки. Учасники презентували нову техніку та устаткування не лише на стендах, а й в справжніх польових умовах за допомогою демопоказів. На польовій демонстрації можна було побачити роботу близько 30 одиниць різної техніки [10]. Також у рамках виставки планується проведення ділових заходів (форумів, конференцій тощо) та кулінарний фестиваль вуличної їжі.

**Висновок.** Таким чином, можна стверджувати, що сучасні міжнародні агропромислові виставкові заходи є важливим інструментом розвитку всіх галузей АПК як на

національному, так і на міжнародному рівнях. Такі заходи максимально відображають актуальний стан та тенденції розвитку всіх сфер АПК та надають учасникам виставкових заходів можливість.

Виставки є сполучною ланкою між внутрішніми і міжнародними ринками і сприяють залученню іноземних інвестицій для реалізації інвестиційних проектів українських організацій, а також налагодженню інтеграції між різними суб'єктами АПК.

## ЛІТЕРАТУРА

1. European Exhibition Industry Alliance. URL: <https://www.exhibition-alliance.eu/>
2. Hosted Buyers program. URL: <https://www.hostedbuyers.eu/en>
3. Kyivfashion. URL: <https://www.kyivfashion.kiev.ua>
4. Positive signs regarding a quick recovery for the exhibition industry in 2021. URL: <https://www.hortidaily.com/article/9288082/positive-signs-regarding-a-quick-recovery-for-the-exhibition-industry-in-2021/>
5. The global exhibition industry is of major economic importance. URL: <https://www.ufi.org/industry-resources/global-exhibitions-day/exhibitions-are-a-large-global-industry/>
6. World Expo. URL: <https://worldexpo.pro>
7. Аграрна подія в Україні: XXXI Міжнародна агропромислова виставка «АГРО-2019». URL: [file:///C:/Users/USER/Downloads/Sps\\_2019\\_5-6\\_8.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Sps_2019_5-6_8.pdf)
8. Агро 2021 – наймасштабніша агропромислова виставка. URL: <https://aggeek.net/ru-blog/agro-2021--najmasshtabnisha-agropromislova-vstavka>
9. Бойчук І. В. Особливості комунікаційних складових виставково-ярмаркової діяльності. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2018. Вип. 3. С. 101–107.
10. Вперше на Вінниччині відбулася масштабна агропромислова виставка «Агро-Вінниця». URL: <http://www.vin.gov.ua/news/ostanni-novyny/39561-vpershe-na-vinnychchini-vidbulas-masshtabna-ahropromislova-vstavka-ahro-vinnytsia>
11. Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 91–98.
12. IAC Консультант. URL: <http://consultant.parus.ua/?doc=0AYN39941F&sid>
13. Міжнародний виставковий центр. URL: <https://www.iec-expo.com.ua/novini2/4702-pod-ji-v-tsifrovomu-format.html>
14. Мунтян І. В., Соколюк К. Ю., Значек Р. Р. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2020. № 2. С. 46–55.
15. На Warsaw Food Expo Україна представлена рекордною кількістю компаній. URL: <https://agroportal.ua/>
16. Проведення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 № 1065. URL: <https://uon.cg.gov.ua/index.php?id=41452&tp=0>

## REFERENCES

- “Ahrarna podiia v Ukraini: XXXI Mizhnarodna ahropromislova vystavka «AHRO-2019» [Agrarian Event in Ukraine: XXXI International Agro-Industrial Exhibition «AGRO-2019»]. file:///C:/Users/USER/Downloads/Sps\_2019\_5-6\_8.pdf
- “Ahro 2021 - naimasshtabnisha ahropromislova vystavka” [Agro 2021 Is the Largest Agro-industrial Exhibition]. <https://aggeek.net/ru-blog/agro-2021--najmasshtabnisha-agropromislova-vstavka>
- Boichuk, I. V. “Osoblyvosti komunikatsiinykh skladovykh vystavkovo-yarmarkovoi diialnosti” [Features of Communication Components of Exhibition and Fair Activity]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, no. 3 (2018): 101-107.
- European Exhibition Industry Alliance. <https://www.exhibition-alliance.eu/>
- “Hosted Buyers program”. <https://www.hostedbuyers.eu/en>
- Holovchuk, Yu. O., and Serednytska, L. P. “Vystavkovo-yarmarkovi zakhody yak skladovi formuvannia partnerskykh vidnosyn” [Exhibitions and Fairs as Part of the Formation of Partnerships]. *Ahrosvit*, no. 4 (2020): 91-98.
- IAC Konsultant. <http://consultant.parus.ua/?doc=0AYN39941F&sid>
- “Kyivfashion”. <https://www.kyivfashion.kiev.ua>
- [Legal Act of Ukraine] (2007). <https://uon.cg.gov.ua/index.php?id=41452&tp=0>
- “Mizhnarodnyi vystavkovyi tsentr” [International Exhibition Center]. <https://www.iec-expo.com.ua/novini2/4702-pod-ji-v-tsifrovomu-format.html>
- Muntian, I. V., Sokoliuk, K. Yu., and Znachek, R. R. “Vystavkovo-yarmarkova diialnist yak efektyvna orhanizatsiina forma prosuvannia brendu” [Exhibition and Fair Activities as an Effective Organizational Form of Brand Promotion]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dizainu. Seriia : Ekonomichni nauky*, no. 2 (2020): 46-55.
- “Na Warsaw Food Expo Ukraina predstavlena rekordnoiu kilkistiu kompanii” [At Warsaw Food Expo Ukraine Is Represented by a Record Number of Companies]. <https://agroportal.ua/>
- “Positive signs regarding a quick recovery for the exhibition industry in 2021”. <https://www.hortidaily.com/article/9288082/positive-signs-regarding-a-quick-recovery-for-the-exhibition-industry-in-2021/>
- “The global exhibition industry is of major economic importance”. <https://www.ufi.org/industry-resources/global-exhibitions-day/exhibitions-are-a-large-global-industry/>
- “Vpershe na Vinnychchini vidbulasia masshtabna ahropromislova vystavka «Ahro-Vinnytsia» [For the First Time in Vinnytsia Region a Large-scale Agro-industrial Exhibition «Agro-Vinnytsia» Took Place]. <http://www.vin.gov.ua/news/ostanni-novyny/39561-vpershe-na-vinnychchini-vidbulas-masshtabna-ahropromislova-vstavka-ahro-vinnytsia>
- World Expo. <https://worldexpo.pro>

Стаття надійшла до редакції 04.03.2022 р.