

ПЕРСПЕКТИВИ ВИСТАВКОВОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Кирилко Н.М.

Київський національний університет технологій та дизайну

Стрімкий розвиток сучасної української економіки, соціально-економічні зміни, глобалізація і загострення конкуренції на внутрішньому і міжнародному ринках зумовлюють необхідність активізації наукової і освітньої роботи в області виставкової діяльності. Отримання та застосування нових знань є одним з головних напрямів розвитку економіки держави. В останній час виставкова галузь в Україні динамічно розвивається і знаходиться у сфері особливої уваги державних структур. Створення нових виставкових центрів, міжнародне визнання провідних українських виставкових компаній, з одного боку, відкривають нові горизонти розвитку, з іншого — вимагають належного кадрового забезпечення цієї області. Виставкова діяльність у світі давно сформувалася як самостійна галузь економіки, яка вимагає висококваліфікованих фахівців. Кількість виставкових установ збільшується з року в рік, підвищується попит на фахівців по виставковій справі. Накопичені практичні знання виявляються сьогодні недостатніми, необхідно оволодіти солідною теоретичною базою.

Ефективність виставкової діяльності — співвідношення показників ефекту і витрат, використаних для його досягнення. На ефективність виставкової діяльності перш за все впливає професійність кадрового складу в даній сфері.

Питання створення системи підготовки кадрів для виставкової індустрії привернуло увагу Уряду України, Ради з питань виставкової діяльності в Україні, Міністерства освіти і науки України, Виставкової федерації України. Виставкова федерація України (ВФУ) розробила програму на основі її Статуту на 2006-2008 рр., яка спрямована на вирішення задач, поставлених перед учасниками вітчизняного виставкового ринку. Основними напрямками діяльності ВФУ на даному етапі є наступні: 1) управління та розвиток, 2) нормативно-правове забезпечення, 3) підготовка та підвищення кваліфікації кадрів з виставкової справи, 4) інформаційно-рекламне забезпечення, 5) міжнародне співробітництво.

Актуальними задачами в Україні по підвищенню кваліфікації і підготовці кадрів для виставково-ярмаркової діяльності є: формування професійного середовища фахівців з виставкової справи; продовження методичної роботи, видання навчально-методичної літератури для різних категорій фахівців, зайнятих у виставковій індустрії;

співпраця з провідними міжнародними виставковими асоціаціями з методичних і

освітніх питань (UFS, SATV LUMA); моніторинг в законотворчій і нормотворчій діяльності; науково-дослідна робота в області виставково-ярмаркової діяльності.

Свідомством неадекватної теоретико-методологічної розробки проблем розвитку виставкової справи є відсутність монографій в Україні по даній проблематиці та обмеженої кількості навчальних посібників.

Міжнародний банківський інститут в Росії (м. Санкт-Петербург) також вирішує проблеми щодо підготовки кадрів для експобізнесу, виставковому бізнесу. В ньому створена кафедра виставкового бізнесу. Торгово-промислові палати України і Франції підписали Угоду щодо реалізації міжнародного проекту «Співробітництво ТПП м. Ліона й м. Києва» — професійна підготовка менеджерів і співробітників компаній.

Важливим етапом у розвитку виставкової освіти в Україні є створення Інституту Реклами (1998 р.). Це єдиний спеціалізований вищий навчальний заклад, який готує весь спектр фахівців у сфері масових комунікацій, створив могутню навчальну базу та став справжнім альма-матер для нового покоління українських рекламистів і маркетологів, дизайнерів і рекламних менеджерів, а також менеджерів виставкової діяльності. В червні 2004 року виставковий центр «КиївЕкспоГлаза» отримав міжнародне визнання якості і відповідності критеріям світового виставкового бізнесу Всесвітньої асоціації виставкової індустрії UFI. Він найбільший в Україні виставковий центр концентрації досвіду і знань в області виставкового бізнесу для проведення міжнародних і національних виставок. Згідно моніторингу проведеному Міжнародною Радою виставок і ярмарок серед своїх членів, 90% керівників опитаних компаній готові вкласти гроші в програми підвищення кваліфікації, 30% в довготривалу освіту своїх менеджерів. Таким чином, питання на сьогодні складається в необхідності розробки програм, їх акредитації та сертифікації, випуску навчально-методичної літератури, підготовки професійного складу викладачів. Інститут реклами та «КиївЕкспоГлаза» у 2004 р. створили Вищу школу виставкового менеджменту, що також є унікальною подією в українській освіті. Вперше в Україні починається новий напрям освіти - виставкова освіта; створення наукової навчально-практичної установи такого типу відповідає стратегічному курсу Міністерства освіти і науки України, направленому на інтеграцію в Європейську освітню систему (Болонський процес). Наприклад, в Київському національному університеті технологій та дизайну на кафедрі менеджменту введено нову дисципліну – «Виставковий менеджмент». Необхідно створити спеціалізацію — Виставкова діяльність на базі вищих навчальних закладів України.