

РІШЕННЯ

Вченої ради Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна з питання: «Про затвердження Концепції виставково-ярмаркової діяльності в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна»
від 25 травня 2026 року, протокол №9

Заслухавши інформацію проректора з питань гуманітарної політики та студентських ініціатив Дар'ї БОРТНИКОВОЇ щодо необхідності регулювання організації та проведення виставково-ярмаркової діяльності в університеті, розвитку механізмів реалізації освітньої, наукової, інноваційної, культурної, соціальної та комунікаційної діяльності університету, а також з метою реалізації Стратегічних цілей й намірів Каразінського університету до 2030 року, зокрема Пріоритетної цілі 1 «Забезпечення якості», Пріоритетної цілі 2 «Різноманітність та доступність»; Пріоритетної цілі 6 «Партнерство та взаємодія», щодо розвитку відкритого академічного середовища, підтримки студентських ініціатив, розвитку партнерської взаємодії, формування сучасного комунікаційного простору університету, популяризації бренду університету та розвитку підприємницьких, культурних, соціальних і презентаційних практик, на підставі пункту 13.2 Статуту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Вчена рада ухвалила:

1. Затвердити Концепцію виставково-ярмаркової діяльності в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна (додаток 1).
2. Визначити виставково-ярмаркову діяльність складовою освітньої, наукової, інноваційної, культурної, соціальної, профорієнтаційної та комунікаційної діяльності університету, а також одним із механізмів реалізації платних послуг.
3. Сприяти популяризації бренду університету, підтримці студентських, молодіжних, підприємницьких, культурних, соціальних і благодійних ініціатив, розвитку взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами, а також створенню сучасного відкритого академічного простору для презентаційної, виставкової, комунікаційної та партнерської діяльності.

Відповідальний: проректор з питань гуманітарної політики та студентських ініціатив Дар'я БОРТНИКОВА.

Термін виконання: постійно.

Заступник голови Вченої ради



Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ

Учений секретар

Олена ФРІДМАН

Концепція виставково-ярмаркової діяльності Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

1. Загальні положення

1.1. Концепція виставково-ярмаркової діяльності Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (далі - Концепція) визначає порядок організації та проведення виставково-ярмаркових заходів на території Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (далі – Університет), основні принципи здійснення виставково-ярмаркової діяльності, права та обов'язки її учасників, а також механізми координації, організації та супроводу таких заходів відповідно до законодавства України.

1.2. Виставково-ярмаркова діяльність університету є складовою освітньої, наукової, інноваційної, культурної, соціальної та комунікаційної діяльності Університету й спрямована на популяризацію діяльності Університету, розвиток партнерської взаємодії, підтримку студентських та громадських ініціатив, формування позитивного іміджу Університету та створення відкритого публічного простору для взаємодії із суспільством.

1.3. Організація та проведення виставково-ярмаркових заходів здійснюється відповідно до законодавства України, Статуту Університету, внутрішніх нормативних актів університету, а також Переліку платних освітніх та інших послуг, які можуть надаватися Університетом, зокрема щодо здійснення заходів, пов'язаних із провадженням виставково-ярмаркової діяльності.

1.4. У цій Концепції терміни вживаються в такому значенні:

Виставково-ярмаркова діяльність – діяльність, пов'язана з організацією та проведенням публічних презентаційних, освітніх, наукових, культурних, профорієнтаційних, соціальних, благодійних, комунікаційних та іміджевих заходів, спрямованих на представлення та популяризацію діяльності університету, результатів освітньої, наукової, інноваційної, творчої, громадської та підприємницької діяльності, а також розвиток партнерської взаємодії та суспільної комунікації.

Виставка-ярмарок – організований публічний захід, що проводиться у визначеному місці та у визначений строк з метою презентації, демонстрації, популяризації або поширення результатів діяльності учасників заходу. У межах виставки-ярмарку можуть проводитися експозиції, презентації, майстер-класи, інтерактивні заходи, культурні та просвітницькі події, благодійні ініціативи, а також реалізація продукції, пов'язаної з тематикою заходу або діяльністю його учасників.

Організатор або упорядник виставково-ярмаркового заходу – Університет в особі його структурних підрозділів, посадових осіб або уповноважених представників, який забезпечує координацію, підготовку, проведення та супровід виставково-ярмаркового заходу.

Ініціатор виставково-ярмаркового заходу – структурний підрозділ університету, юридична особа, фізична особа-підприємець, громадська

організація, партнерська установа або інша особа, яка звертається до університету з пропозицією щодо організації та проведення виставково-ярмаркового заходу.

Учасник виставково-ярмаркового заходу – структурний підрозділ університету, суб'єкт господарювання, громадська організація, заклад освіти, фізична або юридична особа, яка бере участь у заході шляхом представлення власних експозицій, проєктів, продукції, послуг, творчих, наукових, освітніх, культурних або соціальних ініціатив.

Виставкове місце – визначена організатором частина території або приміщення, що надається учаснику для розміщення експозицій, презентаційних матеріалів, інформаційних стендів, тематичних конструкцій, продукції або проведення активностей у межах виставково-ярмаркового заходу.

Експозиція – сукупність предметів, матеріалів, інформаційних, наукових, творчих, технічних або презентаційних об'єктів, об'єднаних спільною тематикою та представлених у межах виставково-ярмаркового заходу.

Тематичний захід – складова виставково-ярмаркової діяльності, що реалізується у формі презентацій, форумів, майстер-класів, інтерактивних локацій, профорієнтаційних, культурних, соціальних, благодійних або просвітницьких активностей.

Продукція виставково-ярмаркового заходу – сувенірна, інформаційна, поліграфічна, творча, навчальна або інша продукція, пов'язана з діяльністю університету, його символікою або тематикою відповідного заходу.

1.5. Виставково-ярмаркова діяльність в університеті здійснюється на принципах законності, відкритості, безпечності, партнерської взаємодії, академічної доброчесності, естетичності, доступності та відповідності освітній, науковій і соціальній місії університету.

1.6. У разі ініціювання та організації виставково-ярмаркового заходу структурним підрозділом Університетом, захід проводиться на безоплатній основі в межах реалізації освітньої, наукової, культурної, профорієнтаційної, соціальної або іміджевої діяльності університету в межах прав і обов'язків структурного підрозділу-ініціатору.

У разі ініціювання проведення виставково-ярмаркового заходу зовнішнім стейкхолдером, зокрема юридичною особою, фізичною особою-підприємцем, громадською організацією, партнерською установою або іншими суб'єктами, організація та проведення такого заходу здійснюється на платній основі відповідно до затвердженого в установленому порядку кошторису вартості послуг та умов договору, укладеного з університетом.

2. Мета та основні завдання виставково-ярмаркової діяльності

2.1. Метою організації та проведення виставково-ярмаркових заходів є:

2.1.1. популяризація діяльності Університету;

- 2.1.2. формування позитивного іміджу університету;
- 2.1.3. представлення результатів освітньої, наукової, інноваційної, культурної та соціальної діяльності університету;
- 2.1.4. створення відкритого академічного простору для взаємодії університету із суспільством;
- 2.1.5. розвиток партнерської співпраці з органами державної влади, місцевого самоврядування, бізнесом, громадськими та міжнародними організаціями;
- 2.1.6. підтримка студентських, молодіжних, громадських та підприємницьких ініціатив;
- 2.1.7. сприяння розвитку профорієнтаційної, просвітницької та культурної діяльності;
- 2.1.8. створення умов для розвитку комерційної, презентаційної та виставкової діяльності, пов'язаної з реалізацією продукції, послуг, творчих, інноваційних та підприємницьких проєктів учасників заходів;
- 2.1.9. забезпечення можливості здійснення виставково-ярмаркової діяльності як виду платної послуги відповідно до законодавства України та внутрішніх нормативних актів університету;
- 2.1.10. створення умов для залучення додаткових фінансових ресурсів на розвиток освітньої, наукової, культурної та соціальної діяльності університету.
- 2.2. Основними завданнями виставково-ярмаркової діяльності є:
 - 2.2.1. організація тематичних презентацій, експозицій, форумів, інтерактивних локацій, майстер-класів та інших заходів;
 - 2.2.3. створення умов для демонстрації результатів наукової, освітньої, творчої, інноваційної та підприємницької діяльності;
 - 2.2.4. сприяння розвитку підприємництва та практичного застосування здобувачами освіти професійних компетентностей;
 - 2.2.5. підтримка благодійних, соціальних, волонтерських та громадських ініціатив;
 - 2.2.6. популяризація університетської символіки, академічної культури та цінностей університетської спільноти;
 - 2.2.7. створення умов для реалізації сувенірної, інформаційної, поліграфічної, творчої, ремісничої та іншої продукції, пов'язаної з діяльністю університету або тематикою заходу;
 - 2.2.8. розвиток комунікації між структурними підрозділами університету, партнерами, представниками бізнесу та громадськістю;
 - 2.2.9. створення сприятливого середовища для розвитку малого підприємництва, креативних індустрій, соціального підприємництва та партнерських комерційних ініціатив;
 - 2.2.10. забезпечення належного організаційного, інформаційного та матеріально-технічного супроводу виставково-ярмаркових заходів;
 - 2.2.11. створення безпечного, інклюзивного та естетичного простору для проведення заходів.

3. Організація виставково-ярмаркової діяльності

3.1. Організація та проведення виставково-ярмаркових заходів здійснюється відповідно до законодавства України, Статуту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, внутрішніх нормативних актів університету та Переліку платних освітніх та інших послуг, які можуть надаватися університетом.

3.2. Виставково-ярмаркова діяльність може здійснюватися як:

3.2.1. складова освітньої, наукової, культурної, соціальної та профорієнтаційної діяльності університету;

3.2.2. вид платної послуги відповідно до законодавства України та затвердженого переліку платних послуг університету;

3.2.3. форма реалізації партнерських, комерційних, презентаційних та підприємницьких ініціатив.

3.3. Організація та проведення виставково-ярмаркового заходу здійснюється на підставі наказу університету або договору з технічними завдання про проведення заходу.

3.4. У наказі університету або договорі з технічними завдання про проведення заходу про проведення заходу визначаються:

3.4.1. назва та формат заходу;

3.4.2. дата, час і місце проведення;

3.4.3. організатор, співорганізатори та партнери заходу;

3.4.4. відповідальна особа або координатор;

3.4.5. умови участі;

3.4.6. порядок фінансового забезпечення заходу;

3.4.7. порядок використання виставкових місць та інфраструктури університету;

3.4.8. умови здійснення комерційної діяльності в межах заходу.

3.5. Організатор виставково-ярмаркового заходу забезпечує:

3.5.1. організаційний та інформаційний супровід заходу;

3.5.2. координацію учасників;

3.5.3. дотримання вимог безпеки, санітарних і протипожежних норм;

3.5.4. погодження розміщення експозицій, презентаційних та торговельно-виставкових локацій;

3.5.6. належний естетичний стан території проведення заходу;

3.5.7. контроль за дотриманням умов здійснення комерційної діяльності у межах заходу.

3.6. У межах виставково-ярмаркових заходів допускається здійснення діяльності, пов'язаної з:

3.6.1. презентацією та реалізацією сувенірної, поліграфічної, інформаційної, творчої та тематичної продукції;

3.6.2. представленням товарів і послуг учасників заходу;

3.6.3. підтримкою підприємницьких, соціальних та креативних ініціатив;

3.6.4. проведенням благодійних зборів;

3.6.5. організацією тематичних комерційних, презентаційних та партнерських локацій.

3.7. Комерційна діяльність у межах виставково-ярмаркових заходів здійснюється виключно за умови її відповідності законодавству України, вимогам цієї Концепції, концепції заходу та принципам діяльності університету.

3.8. Організатор має право:

3.8.1. визначати концепцію та формат заходу;

3.8.2. встановлювати вимоги до оформлення виставкових і торговельно-презентаційних місць;

3.8.3. погоджувати або обмежувати перелік продукції та послуг, що реалізуються у межах заходу;

3.8.4. відмовити в участі особам або суб'єктам, діяльність яких суперечить законодавству України, етичним принципам, репутації або стратегічним інтересам університету;

3.8.5. припиняти діяльність учасника у разі порушення вимог цієї Концепції.

4. Права та обов'язки учасників виставково-ярмаркових заходів

4.1. Учасники виставково-ярмаркових заходів мають право:

4.1.1. брати участь у заходах відповідно до погоджених умов;

4.1.2. використовувати виставкові, презентаційні та торговельні місця;

4.1.3. здійснювати презентаційну, просвітницьку, партнерську та комерційну діяльність у межах концепції заходу;

4.1.4. представляти власні проекти, продукцію, послуги, творчі та підприємницькі ініціативи;

4.1.5. отримувати організаційну та інформаційну підтримку від організатора.

4.2. Учасники виставково-ярмаркових заходів зобов'язані:

4.2.1. дотримуватися вимог цієї Концепції та умов договору;

4.2.2. забезпечувати належний естетичний вигляд виставкових та торговельних місць;

4.2.3. дотримуватися вимог законодавства України у сфері торгівлі, захисту прав споживачів, санітарних норм та пожежної безпеки;

4.2.4. здійснювати реалізацію продукції та послуг виключно у межах погодженого формату заходу;

4.2.5. не допускати реалізації продукції або провадження діяльності, що може завдати шкоди репутації університету;

4.2.6. забезпечувати належний санітарний стан території після завершення заходу.

5. Фінансове забезпечення та платні послуги

5.1. Організація та проведення виставково-ярмаркових заходів для зовнішніх стейкхолдерів може здійснюватися як платна послуга відповідно до законодавства України та затвердженого Переліку платних освітніх та інших послуг університету.

5.2. До платних послуг у межах виставково-ярмаркової діяльності можуть належати:

5.2.1. надання виставкових, презентаційних та торговельних місць;

5.2.2. організаційний супровід заходу;

5.2.3. технічне забезпечення;

5.2.4. інформаційний та рекламний супровід;

5.2.5. надання обладнання, меблів, конструкцій та комунікацій;

5.2.6. забезпечення доступу до інфраструктури університету;

5.2.7. інші послуги, пов'язані з організацією та проведенням виставково-ярмаркових заходів.

5.3. Вартість послуг визначається відповідно до затвердженого кошторису, калькуляції витрат та внутрішніх нормативних актів університету.

5.4. Оплата послуг здійснюється на підставі договору у безготівковій формі на рахунок університету.

5.5. Кошти, отримані від здійснення виставково-ярмаркової діяльності, можуть спрямовуватися на розвиток освітньої, наукової, культурної, соціальної, матеріально-технічної та інфраструктурної діяльності університету відповідно до законодавства України та внутрішніх нормативних актів університету.