

УДК 339.174

Е. Г. Стремоусова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: stremousova_eg@usue.ru

О. Д. Фальченко

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: falchenko@usue.ru

АНАЛИЗ И РОЛЬ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Ключевые слова: выставка, ярмарка, международная выставочно-ярмарочная деятельность, анализ рынка, прогноз рынка, выставочная индустрия.

В статье проведен анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом, определены тенденции развития рынка, выделены основные проблемы, влияющие на выставочную индустрию. Вместе с тем, более подробно исследованы тенденции выставочно-ярмарочных мероприятий как в России, так и за рубежом. В ходе проведенного анализа были выделены основные проблемы ведения выставочно-ярмарочной деятельности. Получен вывод о том, что наиболее актуальной проблемой для бизнеса в мире является состояние экономики на внутреннем рынке. Вместе с тем, были выделены наиболее важные проблемы и вопросы ведения выставочной индустрии по регионам. В зависимости от развития региона и стран, входящих в него, в процентном соотношении выделяются различные проблемы и вопросы ведения выставочной индустрии. В статье подчеркивается, что в современных условиях выставочная индустрия в России стала ориентироваться на внутренний рынок, хотя также развивает внешний сегмент через сотрудничество с дружественными странами. Внутренний рост сопровождается конкуренцией между регионами, усиливая значение стратегии развития региональных брендов и выявления их преимуществ в организации мероприятий.

E. G. Stremousova

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: stremousova_eg@usue.ru

O. D. Falchenko

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: falchenko@usue.ru

EXHIBITION AND FAIR ACTIVITIES ANALYSIS AND ROLE IN RUSSIA AND ABROAD

Keywords: exhibition, fair, international exhibition and fair activities, market analysis, market forecast, exhibition industry.

The article analyzes exhibition and fair activities in Russia and abroad, determines market development trends, and highlights the main problems affecting the exhibition industry. At the same time, the trends in exhibition and fair events both in Russia and abroad are studied in more detail. The analysis identified the main problems of exhibition and fair activities. It was concluded that the most pressing problem for business in the world is the state of the economy in the domestic market. At the same time, the most important problems and issues of exhibition industry management by region were identified. Depending on the development of the region and the countries included in it, various problems and issues of exhibition industry management are highlighted in percentage terms. The article emphasizes that in modern conditions, the exhibition industry in Russia has begun to focus on the domestic market, although it also develops the external segment through cooperation with friendly countries. Internal growth is accompanied by competition between regions, enhancing the importance of the strategy of developing regional brands and identifying their advantages in organizing events.

Введение

В современном мире выставки и ярмарки – это платформа глобального масштаба для взаимодействия субъектов разного уровня [1]. Они помогают наладить контакты и расширить объем бизнеса, повысить уз-

наваемость бренда для целевой и потенциальной аудитории, а также быть способом эффективного продвижения продукции, технологий и т.п. Выставочно-ярмарочные мероприятия – возможность для понимания оптимизации бизнес-стратегий и внедрения

инноваций, а также способствовать формированию инновационных идей и проектов. Вместе с тем, изначально и мотивационно, выставки и ярмарки являются древнейшими способами торговли и общения. Тем не менее, ярмарки появились гораздо раньше выставок, т.е. рыночная составляющая является преобладающей в данном процессе. Если в древних государствах, где товарообмен носил непостоянный, ярмарки носили эпизодический и случайный характер и, в основном, были организованы в связи с проведением религиозных праздников вблизи какого-либо священного места, то современные ярмарки превратились в площадки для демонстрации инноваций и новейших технологий, а не только товаров. Выставки, изначально посвященные достижениям в разных сферах, стали коммерческими мероприятиями, нацеленными на установление деловых связей и заключение сделок.

Понятие ярмарка и выставка изначально имели разную функциональную направленность. «Ярмарка» происходит от латинского слова «feria», что означает «праздник», «свободный от работ день». «Выставка» происходит от латинского слова «expono» – «выставлять напоказ», «представлять», «показывать». Однако, в настоящее время эти процессы чаще всего соединены и успешно дополняют друг друга, поэтому чаще используется термин «выставка-ярмарка». Также эволюционируют способы проведения выставочно-ярмарочной деятельности.

Современные выставки и ярмарки играют важную роль в стимулировании экономического роста регионов и государства в целом [2]. Они представляют собой платформу для внедрения инноваций, увеличения производственных мощностей и продвижения научно-технологического развития. В 1925 году была основана Всемирная Ассоциация выставочной индустрии (UFI), которая действует на всех континентах, объединяет более 650 организаций и действует в 85 странах.

Вместе с тем, этот механизм экономической деятельности не всегда и не во всех странах эффективно используется. Возможно, причинами тому являются сложность в организации, односторонний подход к оценке эффективности данного мероприятия, основанного только на измерении прибыли, тем более, что единой методики оценки международных выставочных и ярмароч-

ных мероприятий не принято. Тем не менее, экономически развитые страны и крупные международные и транснациональные компании активно используют этот механизм, в отличие от других менее развитых стран.

Цель исследования – выявление и оценка значимости факторов, влияющих на развитие международной выставочно-ярмарочной деятельности.

Материалы и методы исследования

В процессе исследования использовались следующие методы: сбор, оценка и группировка информации, теоретический метод, логика, методы статистического анализа, а также графические методы.

Результаты исследования и их обсуждение

По данным Глобального Выставочного Барометра (UFI Barometer), опрос компаний, специализирующихся на выставочно-ярмарочной деятельности, показал, что для их бизнеса основные проблемы в 2021-2023 годах были обусловлены, пандемией цифровизацией и другими факторами, отраженными в рисунке 1.

В период с января 2021 по июль 2021 года наибольшее влияние на развитие выставочной индустрии оказывало «влияние пандемии COVID-19 на бизнес» – 29%, как результат отмены массовых мероприятий и ограничения деятельности, связанной с одновременным пребыванием людей в одном месте.

Уровень значимости основных факторов, негативно влияющих на осуществление выставочной деятельности по регионам, выявленным в глобальном масштабе в периоде с июля 2023 г. по январь 2024 г., представлены на рисунке 2.

Анализ показал, что зависимости от развития региона и стран, входящих в него, в процентном соотношении выделяются различные проблемы и вопросы ведения выставочной индустрии.

До 2022 года Российская Федерация была включена в ассоциацию UFI, к сожалению, в феврале 2022 года, исполнительный комитет ассоциации принял решение временно приостановить доступ к мероприятиям UFI для российских членов. В связи с этим, результаты деятельности российских организаций были опубликованы в последний раз в 28 «Барометре» (июль 2021 – январь 2022).

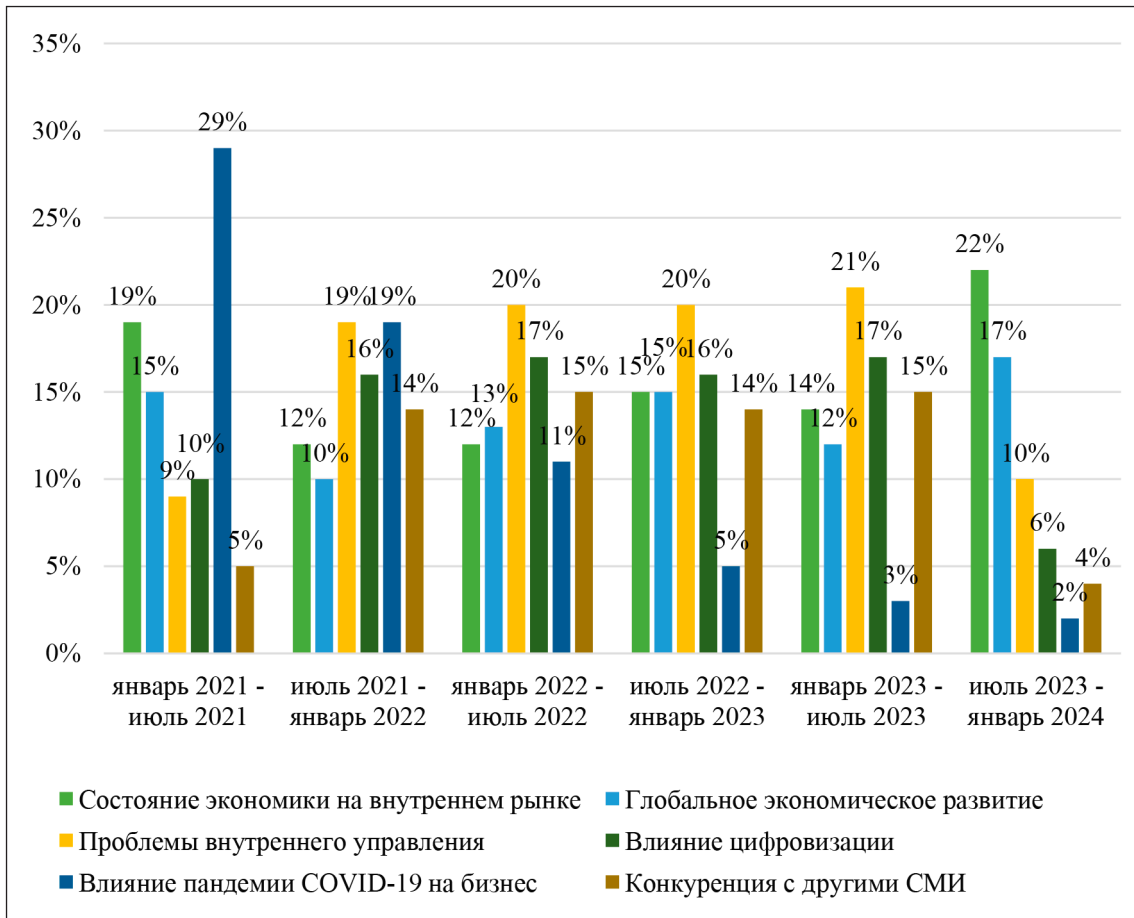


Рис. 1. Динамика ответов компаний, участников UFI о проблемах развития выставочно-ярмарочной индустрии в 2021-2023 гг. Источник: составлено авторами по [3]

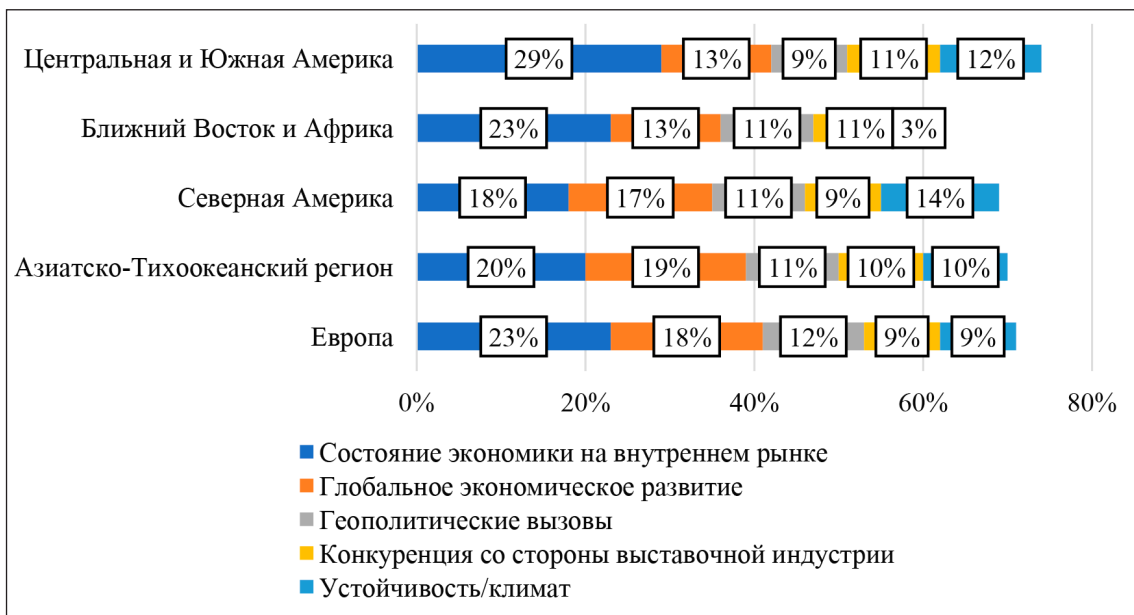


Рис. 2. Негативные факторы, оказывающие влияние на осуществление выставочно-ярмарочной деятельности в глобальном масштабе по регионам. Источник: составлено авторами по [3]

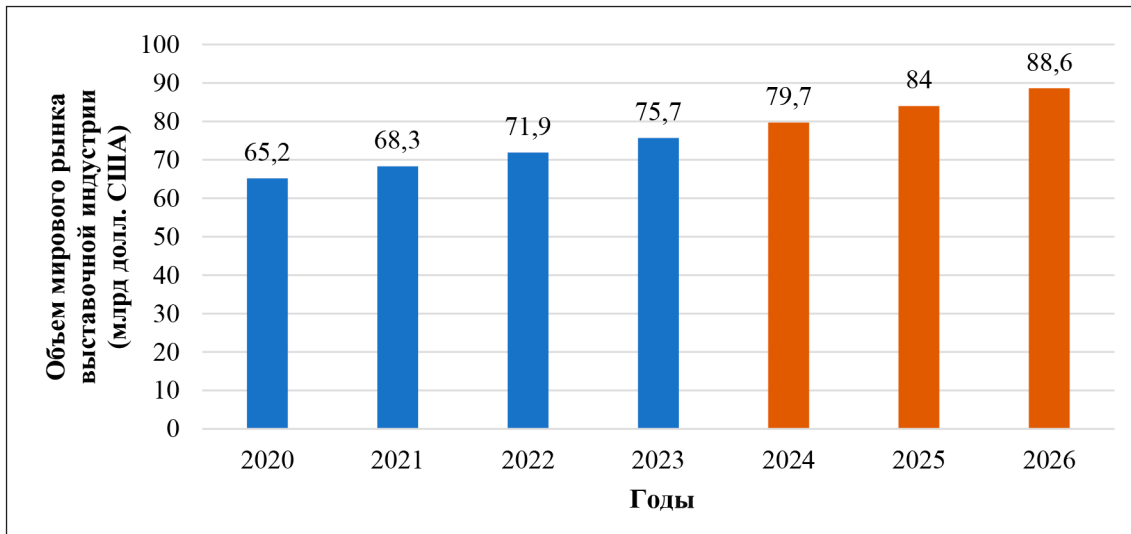


Рис. 3. Объем мирового рынка выставочной индустрии за 2020-2023 гг., а также прогноз на 2024-2026 гг.
 Источник: составлено авторами по [3; 4]

Таблица 1

Количество площадей для проведения выставочных мероприятий по регионам мира

Регион мира	Количество мест проведения
Европа	497
Азиатско-Тихоокеанский регион	404
Северная Америка	352
Ближний Восток и Африка	108
Центральная и Южная Америка	64

Источник: составлено авторами по [3; 5].

Следует отметить, что к 2024 году по всему миру выставочная индустрия почти восстановилась после пандемического спада. В 2023 году доходы в среднем достигли уровня, сопоставимого с 2019 годом. Прогноз UFI для стран, участников ассоциации, на 2024 год очень позитивный, отрасль настроена на достижение рекордов по доходам. Общие тенденции варьируются от страны к стране. Ожидается, что в 2024 году доходы в среднем вырастут на 15%. Самая высокая доля компаний, ожидающих увеличения прибыли более чем на 10% по сравнению с 2019 годом, приходится на ОАЭ (91%), Саудовскую Аравию (80%), Индию (71%), Бразилию (67%) и Мексику (64%) [3].

К 2023 году общая площадь крытых выставочных площадей по всему миру достигла 42,1 млн кв. м. и 1425 места проведения [4]. Обобщенные данные приведены на рисунке 3.

Наибольшее количество площадок для проведения выставочных мероприятий в Европе – 497, за ней Азиатско-Тихоокеанский регион – 404 и Северная Америка – 352, соответственно, представленные в таблице 1.

Основные выставочные площадки размещены на территории Европейских стран. Однако, на данный момент самым крупным выставочным центром в мире является Международный выставочный и конференц-центр Гуанчжоу с площадью более 500 тыс. кв. м.

В таблице 2 представлены топ-10 стран по общей площади выставочных центров, количеству выставочных площадей и площадь от общемирового значения.

Россия в этом рейтинге занимает 8-е место. Развитие выставочно-ярмарочной деятельности в регионах мира представлен в таблице 3.

Таблица 2

Топ-10 стран по общей площади выставочных центров, количеству выставочных площадей и % от общемирового

№	Страна	Общая площадь (кв. м.)	Количество выставочных площадей	Площадь от общемирового значения, %
1	Китай	12 354 706	288	29,3%
2	США	6 260 874	283	14,9%
3	Германия	3 142 694	51	7,5%
4	Италия	2 430 390	48	5,8%
5	Франция	2 066 657	84	4,9%
6	Испания	1 664 387	54	4,0%
7	Бразилия	1 055 115	51	2,5%
8	Россия	999 124	32	2,4%
9	Канада	760 913	32	1,8%
10	Турция	711 752	27	1,7%

Источник: составлено авторами по [3; 5].

Таблица 3

Пятибалльный рейтинг региональных стран с общей площадью выставочного зала не менее 100 000 кв. м.

№	Страна/регион	Общая площадь (кв. м.)	Количество выставочных площадей	Площадь от общего значения Азиатско-Тихоокеанского региона, %
Страны Азиатско-Тихоокеанского региона с общей площадью зала не менее 100 000 кв. м.				
1	Китай	12 354 706	288	80,0%
2	Индия	584 328	14	3,8%
3	Япония	446 695	13	2,9%
4	Южная Корея	306 759	13	2,0%
5	Таиланд	279 292	9	1,8%
Страны Центральной и Южной Америки				
1	Бразилия	1 055 115	51	57%
2	Аргентина	163 043	12	9%
3	Перу	107 280	8	6%
4	Колумбия	99 950	6	5%
5	Панама	90 764	5	5%
Страны Северной Америки				
1	США	6 260 874	283	83%
2	Канада	760 913	32	10%
3	Мексика	520 736	37	7%
Страны Европы				
1	Германия	3 142 694	51	20,0%
2	Италия	2 430 390	48	15,50%
3	Франция	2 066 657	83	13,18%
4	Испания	1 664 657	54	10,62%
5	Россия (европейская часть)	814 206	22	5,19%
Страны Ближнего Востока и Африки				
1	ОАЭ	301 006	7	18%
2	Саудовская Аравия	191 424	12	12%
3	Иран	175 264	6	11%
4	Южная Африка	169 616	7	10%
5	Бахрейн	95 000	1	6%

Источник: составлено авторами по [3; 5].

Исследования показали, что наибольшее развитие выставочно-ярмарочной деятельности приходится на страны, имеющие высокие темпы экономического роста, развитое наукоемкое производство и высокую конкурентоспособность на мировом рынке.

Развитие выставочной индустрии в Российской Федерации зависит от многих факторов, обстоятельств, условий и трендов. По большей части масштаб российской выставочной отрасли определяется размером

национальной экономики, как уже было определено из исследования «Барометра». У России есть сильные стороны в выставочной деятельности, которые оказывает на нее положительное влияние:

- совершенствование технологий организации выставок;
- увеличение выставочно-ярмарочной деятельности в регионах;
- вывод национальных экспонентов на зарубежные выставки дружественных стран и др.

Таблица 4

Динамика основных показателей выставочной деятельности в Российской Федерации за 2018-2022 гг.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Объем рынка, млрд руб.	183,2	208,1	129,6	182,1	197,5
Количество компаний, ед. (юр. лица)	2094	2529	2695	2901	3205
Компании, ушедшие с рынка, ед.	-	-	131	165	173
Объем среднесписочной численности, чел.	-	22550	20320	19768	19936
Количество выставочно-ярмарочных мероприятий, шт.	110	109	-	85	92
Количество организаторов, шт.	30	31	-	25	28
Число городов России, шт.	9	9	-	6	8
Объем выставочных площадей, тыс. м ²	691,8	960,8		572,6	535,7
Количества посетителей, млн чел.	2,3	2,3	-	2,6	2,9

Источник: составлено авторами по [6-8].

Таблица 5

Основные тематические направления выставок в России и их количество за 2018-2022 гг.

Тематика выставок	2018	2019	2020	2021	2022	Динамика 2022 г. к 2018 г., %
Автомобили, склад, транспорт, логистика и перевозки	77	81	35	58	46	60%
Бизнес, экономика, финансы, безопасность	148	211	137	108	51	34%
Информационные технологии и коммуникации	109	188	96	84	49	45%
Мебель, офисное и торговое оборудование, гостинично-ресторанный бизнес	82	86	37	45	46	56%
Медицина и здравоохранение	163	170	71	167	71	44%
Нефть, газ, химия	41	51	17	30	29	71%
Промышленные выставки	206	214	88	143	127	62%
Сельское хозяйство, пищевая промышленность	345	371	187	291	179	52%
Строительство и недвижимость	208	187	71	128	117	56%
Товары народного потребления	408	488	231	343	195	48%
Ярмарки	467	464	197	326	171	37%
Общее количество	2254	2511	1167	1723	1081	48%

Источник: составлено авторами по [8].

Вместе с тем, есть ряд слабых сторон:

- значительный разрыв в распределении материально-технической базы выставочно-ярмарочной деятельности по регионам (избыток в Москве и недостаток в регионах);
- отсутствие единой комплексной методики оценки экономической эффективности выставочно-ярмарочной деятельности, что осложняет оценку ее влияния на национальную экономику и экономику фирм, и других участников;
- неполнота статистических данных о выставочно-ярмарочной деятельности.

Динамика основных показателей выставочной деятельности в Российской Федерации за 2018-2022 гг. представлена в таблице 4.

За период анализа в 2018 году было проведено наибольшее количество выставочно-ярмарочных мероприятий – 110. Затем наступил период спада, однако в 2022 г. количество выставочно-ярмарочных мероприятий увеличилось на 8% до 92, по сравнению с предыдущим годом.

Основные тематические направления выставок в России и их количество за 2018-2022 гг. представлены в таблице 5.

Анализ показал, что в 2022 г. в сравнении с 2018 г., по всем направлениям наблюдалось снижение количества проводимых выставок и ярмарок, ввиду влияния кризисных явлений на выставочную индустрию. Вместе с тем, в общем количестве проводимых мероприятий можно заметить, что ярмарки, выставки, посвященные товарам народного потребления и сельскому хозяйству, а также по пищевой промышленности занимают наибольшую долю относительно других направлений

Вследствие несоответствия результатов статистического обзора Российского Союза Выставок и Ярмарок (РСВЯ) и отсутствию

официальной статистической информации, автором работы было предложено сложить выставки по всем тематикам. Полученные числа оказались более близкими к количеству реально проводимых выставочно-ярмарочных мероприятий на территории России. В целом, это подтверждается заключением вице-президента Торгово-Промышленной Палаты РФ Максима Фатеева: «За 11 месяцев 2023 года региональными и федеральными палатами проведено более 1000 выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий. По сравнению с аналогичным периодом 2022 года, их число выросло на 94%». Только региональными и федеральными палатами проведено более 1000 мероприятий, не считая других организаторов. Вследствие этого, примерное количество выставочно-ярмарочных к концу 2023 года составило около 2100. Таким образом, сохранятся положительная динамика проведения выставочно-ярмарочных мероприятий на территории России.

Также выставочно-ярмарочная деятельность может быть рассмотрена, как событийное культурно-массовое мероприятие (рисунок 4). Объем событийного рынка России в 2022 г. составил 197,5 млрд рублей [6]. При этом на нем активно работают более 2000 компаний, обеспечивая занятость населения, развитие инфраструктуры и оборот денежных средств.

На международном рынке у России ещё только формируется имидж привлекательной для проведения значимых мероприятий страны. Однако, благодаря рейтингу событийного потенциала, есть возможность ежегодно отслеживать изменения, которые влияют на становление ивент-рынка в регионах страны. Крупные выставочные центры Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) представлен в таблице 6.

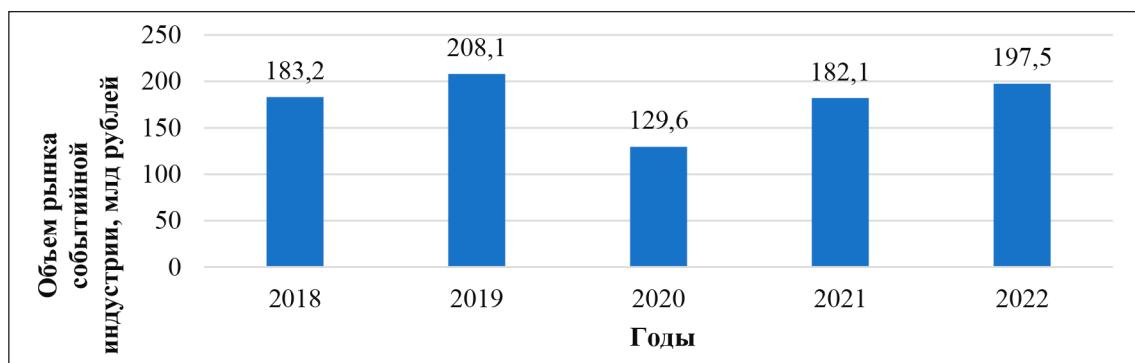


Рис. 4. Динамика объем рынка событийной индустрии России за 2018-2022 гг. [6]

Таблица 6

Крупные выставочные центры Российского союза выставок и ярмарок

Название	Адрес	Закрытая выставочная площадь (кв. м)	Открытая выставочная площадь (кв. м)	Количество павильонов	Количество конференц-залов
Экспоцентр	Россия, Москва	105000	60000	11	39
Екатеринбург-ЭКСПО	Россия, Екатеринбург	59600	60000	4	40
ЭкспоФорум	Россия, Санкт-Петербург	50000	40000	3	68
Патриот Экспо	Московская область, г. Кубинка	45000	120000	4	43
Казань Экспо	Россия, Татарстан, с. Большие Кабаны	42229	83990	3	40
Экспоград Юг	Россия, Краснодар	36000	16000	4	5
Сокольники	Россия, Москва	27300	17000	10	7
Кузбасская ярмарка	Россия, Новокузнецк	22390	40000	6	9
Новосибирский Экспоцентр	Россия, Новосибирск	14400	12600	2	7
Выставка достижений народного хозяйства	Россия, Москва	12000	65000	9	24

Источник: составлено авторами по [8].

Заключение

В ходе проведенного анализа, опираясь на исследования Всемирной Ассоциации выставочной деятельности (UFI), за период 2021-2023 гг. были выделены основные проблемы ведения выставочно-ярмарочной деятельности. Наиболее актуальной проблемой для бизнеса в мире является «состояние экономики на внутреннем рынке». В целом, «развитие мировой экономики» является вторым по значимости вопросом в мире, за которым следуют «геополитические вызовы». В 2023 году количество выставок полностью восстановилось, а доходы в среднем достигли уровня, сопоставимого с 2019 годом. Прогноз UFI на 2024 год очень позитивный для основных стран-участников ассоциации.

Вместе с тем, были выделены наиболее важные проблемы и вопросы ведения выставочной индустрии по регионам. В зависимости от развития региона и стран, входящих в него, в процентном соотношении выделяются различные проблемы и вопросы веде-

ния выставочной индустрии. По площади и развитию рынка самым быстрорастущим в настоящих условиях является Азиатско-Тихоокеанский регион (Китай, Япония, Индонезия и др. страны). Лидерами по общей площади и количеству выставочных центров являются Китай, США, Германия, Италия и Франция. Они занимают более 62% от общего объема выставочных площадей по всему миру.

На международном рынке у России ещё только формируется имидж привлекательной для проведения значимых мероприятий страны. В России в 2023 году в выставочной индустрии наблюдался восстановительный рост, прогнозируемый и на 2024 год. Отрасль стала ориентироваться на внутренний рынок, хотя также развивает внешний сегмент через сотрудничество с дружественными странами. Внутренний рост сопровождается конкуренцией между регионами, усиливая значение стратегии развития региональных брендов и выявления их преимуществ в организации мероприятий.

Библиографический список

1. Сысоева Т.Л. Международные выставки в маркетинговой деятельности организации на рынке B2B // Деловой вестник предпринимателя. 2023. № 3(13). С. 59-62.

2. Садовничая А.В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государства // Управленческое консультирование. 2017. №7 (103). С. 96-109.
3. The Global Exhibition Barometer [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/global-barometer/> (дата обращения: 29.07.2024).
4. Globex сделал прогноз для выставочной индустрии [Электронный ресурс]. URL: https://event-live.ru/news/novosti-otrasli/novosti-otrasli_2817.html (дата обращения: 29.07.2024).
5. UFI World Map Of Exhibition Venues (2023 Edition, December 2023) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/> (дата обращения: 29.07.2024).
6. Островская Д. Обзор событийной индустрии России: структура, объем, тренду и прогнозы // Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства-2023 [Электронный ресурс]. URL: https://congressmed.exprocom.online/video/repository/ostrovskaya_centr_kompetenciya_ru_1637ca6d.pdf (дата обращения: 29.07.2024).
7. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года // Российский союз выставок и ярмарок [Электронный ресурс]. URL: https://www.ruef.ru/assets/files/documents/!%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%B8_14.01.2023.pdf (дата обращения: 29.07.2024).
8. Выставки, прошедшие аудит: статистический обзоры // Российский союз выставок и ярмарок [Электронный ресурс]. URL: <https://ruef.ru/proekty-rsvya/statistika/statisticheskiy-obzor-vystavochno-ymarochnoy-deyatelnosti-chlenov-rsvya.html> (дата обращения: 29.07.2024).