

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ: ТРЕНДЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

*И.В. ШЕВЧЕНКО, доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, Кубанский государственный университет
e-mail: decan@econ.kubsu.ru*

*А.Б. ТОЛОЛИНА, преподаватель кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: katryukhina@gmail.com*

Аннотация

В данной статье рассматривается вопрос о месте выставочной отрасли в системе мирохозяйственных связей. Статья является подробным исследованием перспектив, прогнозов и трендов развития отрасли. Приведены и проанализированы общие информационные и статистические данные о состоянии развития отрасли, составлен перечень существующих тенденций и трендов, выделены наиболее важные проблемы и ключевые факторы развития отрасли.

Ключевые слова: мировой выставочный рынок, выставочно-ярмарочная деятельность (ВЯД), перспективы выставочной отрасли, прогноз рынка выставок и ярмарок, тенденции развития мировой выставочной отрасли.

В XX в. произошла фактически полная трансформация характера выставок. В начале прошлого столетия всемирные выставки являлись демонстрацией достижений науки и промышленности. Постепенно они были дополнены представлением гуманитарного мировоззрения, а к концу века фактически переросли в «стратегическую форму продвижения имиджа страны и развития глобальных гуманитарных инициатив» [2].

Глобализация и технический прогресс привели к смене парадигмы во всех сферах жизни. Изменилось мышление и мировосприятие, отношение к окружающей среде, произошла смена парадигмы потребления.

В связи с этим является очень важным и актуальным вопрос о месте выставочной отрасли в системе мирохозяйственных связей, который рассматривается в данной статье.

Понимание взаимосвязи между актуальной динамикой и процессами глобальной экономики, её тенденциями, проблемами и вызовами и развитием выставочной индустрии даёт возможность предприятиям отрасли соответствующе реагировать и быть конкурентоспособными в новых экономических условиях.

Для выставочно-ярмарочной отрасли с приходом глобализации началась новая веха развития отрасли, её активный рост. Для предприятий отрасли одной из главных задач стало выстраивание верной стратегии деятельности в условиях постоянно меняющейся экономической среды. Рынок стал глобальным, появились новые возможности и новые риски, которые необходимо учитывать для принятия верных решений.

Отслеживание трендов и скачков роста экономики как на глобальном, так и на национальном уровне позволяет компаниям адаптировать свой стратегический курс в нужном направлении. Кроме того, скорость реакции выставочных компаний на запросы, требования и предпочтения экспонентов и посетителей на сегодняшний день определяет, насколько эффективно будет работать их бизнес. Соответственно, предприятиям индустрии необходимо постоянно получать обратную связь и отслеживать состояние рынка. Это возможно сделать с помощью информационных отчётов, исследований и сценариев, публикуемых исследовательскими агентствами, а также через коллаборацию с отраслевыми ассоциациями и экспертами отрасли.

Целью данной статьи является определение места выставочной отрасли в системе

мирохозяйственных связей и зависимости динамики развития отрасли от изменений глобального рынка, а также выявление определенных ключевых тенденций, трендов, проблем, вызовов и драйверов роста мировой выставочной индустрии.

Для достижения указанной цели авторами были выбраны методы описания и сравнения общих информационных и статистических данных из различных источников о состоянии развития отрасли, а также метод анализа этих данных для составления перечня существующих тенденций и трендов, выделения наиболее важных проблем и ключевых факторов развития отрасли, а также построения оценочного рейтинга стран — драйверов роста.

Выставочный рынок сегодня является глобальным, и этот факт так или иначе требует изменений в политике и тактике как государственных институтов, так и всех остальных участников выставочной индустрии.

Ежегодно AMR International выпускает сборник данных о глобальном выставочном рынке «Globex. Глобальный выставочный рынок: оценка и прогноз», в котором содержится информация о состоянии мирового рынка выставок и его показателях, а также оценка перспектив и прогноз развития. По прогнозу, опубликованному в десятом выпуске «Globex 2018» до 2022 г. на рынке ожидаемый совокупный ежегодный темп роста (CAGR) отрасли составит 5 %. Это даже более оптимистичный прогноз по сравнению с «Globex 2017», в котором предполагается рост на 4 % ежегодно до 2021 г.

В исследовании «Globex 2018» анализируются данные рынков 20 стран: США, Китай, Великобритания, Германия, Франция, Италия, Бразилии, ССАГПЗ, России, Гонконга, Турции, Мексики, Индии, Индонезии, Сингапура, Таиланда, Малайзии, Вьетнама, Макао и Филиппин. Особенно высокие показатели роста показывают развивающиеся страны, в то время как страны с уже зрелой выставочной отраслью развиваются за счёт улучшения макроэкономической среды. По результатам исследования второе место на

глобальном выставочном рынке после лидера США занимает Китай. Китай вышел на эту позицию благодаря своей быстрорастущей экономике. Продолжается экспансия выставочных компаний в быстрорастущие развивающиеся рынки Индии, Мексики, Индонезии. Для участников отрасли на данный момент этот путь развития является одним из самых эффективных. Это объясняется изменением мирового ландшафта экономических сил [10].

По результатам «Globex 2018» в большинстве стран с развитой экономикой пройден порог докризисного уровня развития, но некоторые рынки до сих пор не показывают активного роста. К примеру, российский рынок после долгого периода регресса начал расти через увеличение объёмов. Рынок Бразилии на данный момент ещё не преодолел экономические проблемы. Изменение вектора развития в положительную сторону зависит от предстоящих выборов, которые определяют политический и макроэкономический курс страны [3].

Взаимосвязь развития выставочной отрасли и экономики в целом можно чётко проследить по исследованию CEIR — Центра исследования выставочной индустрии США. CEIR отслеживает и публикует данные о развитии рынка выставок B2B формата в США в ежегодном отчёте CEIR Index Report [5]. Кроме того, ежеквартально публикуется динамика развития ключевых показателей отрасли: производительность отрасли в целом, измеряемая суммарным индексом CEIR Total Index, чистая площадь, количество участников, реальные доходы (номинальные доходы, скорректированные с учётом инфляции), число экспонентов. По мнению экспертов CEIR, 2018 г. стал первым после Великой рецессии, когда выставочная отрасль в США наконец достигла своих докризисных показателей. Суммарный индекс Total Index достиг отметки 109,0 и превысил предыдущий пик, который составлял 107,6 в 2007 г. По прогнозу CEIR на 2019 г. рост показателей отрасли продолжится, но в умеренном темпе. Это связано с прогнозом развития мировой эконо-

мики в целом, которая остаётся стабильной и в чём-то даже будет прогрессировать в 2019 меньше, чем в 2018 г.

Актуальные показатели производительности отрасли составляют 2,0 % за 2017 г. и 1,9 % за 2018 г. по результатам исследования. На графике ниже приведена динамика роста выставочной отрасли в сравнении с уровнем ВВП США за 10 лет с 2008 по 2018 г. (рис. 1) [10]. Данный график наглядно демонстрирует, насколько сильно взаимосвязаны показатели макроэкономической эффективности страны и развитие выставочной отрасли. Экономические проблемы часто сопровождаются дефицитом денежной массы, который в свою очередь негативно отражается на объёме инвестиций и потребления. Эта закономерность работает и наоборот. Соответственно, можно говорить о том, что динамика роста ВВП отражается на динамике развития выставочной отрасли, но только с отсроченным эффектом. Данный временной лаг реагирования объясняется тем, что выставочные мероприятия обычно планируются за год или иной период, который соответствует циклу обновления производимой продукции [1].

Помимо развития внутреннего валового

продукта на показатели эффективности развития выставочной отрасли влияет динамика экспорта. О том, что именно развивающиеся экономики становятся активными игроками мировой выставочно-ярмарочной отрасли, говорится в отчёте по исследованию выставочного рынка компании Research And Markets. В данном отчёте весь мировой рынок также условно разделён на два сегмента: сегмент развитых стран со зрелой экономикой и сегмент стран с развивающейся экономикой. Первый занимает 77 % доли мирового выставочного рынка. В странах этого сегмента выставки важны для узнаваемости бренда компаний и демонстрации их активного присутствия на рынке. Отмечается, что участие в выставках даёт долгосрочный положительный эффект, который отражается в результатах годовой деятельности компаний, и является эффективным инструментом для обратной связи с потребителями. Во втором сегменте стран выставочная деятельность помогает стимулировать промышленность и экономику посредством трансфера технологий, даёт увеличение притока иностранных инвестиций в инфраструктуру и производство данных стран. Все эти процессы положительно сказываются на

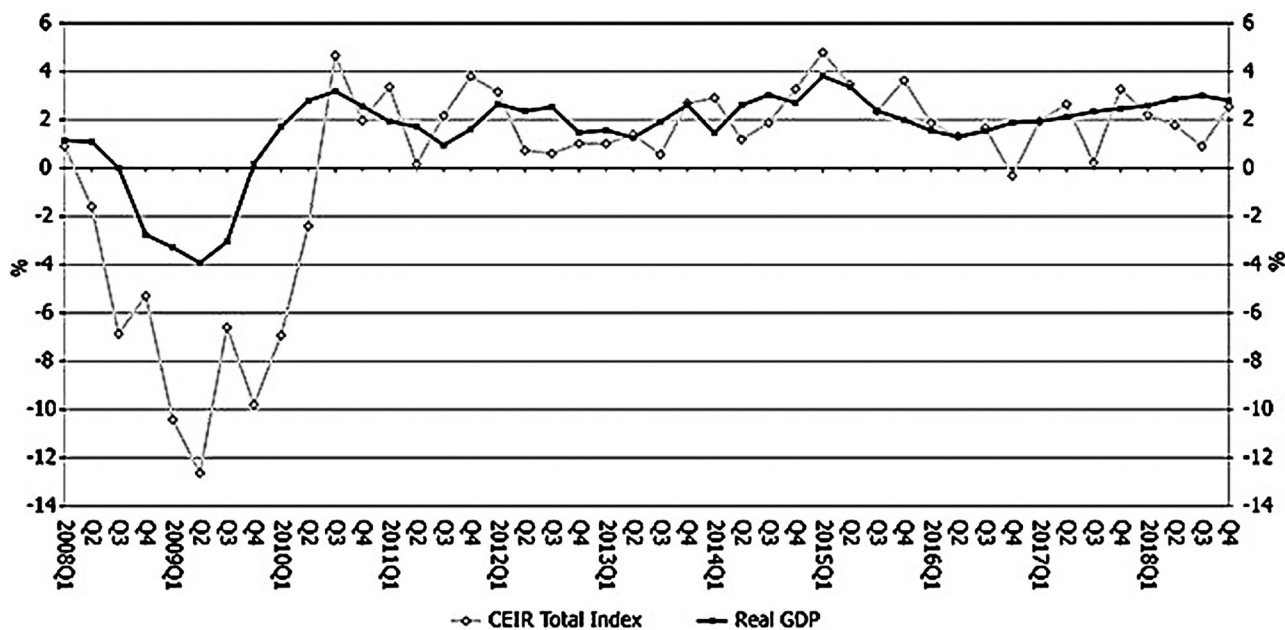


Рис. 1. Ежеквартальный суммарный индекс выставочной индустрии CEIR Total Index в сравнении с ежеквартальными показателями роста ВВП США с первого квартала 2008 г. по четвёртый квартал 2018 г. [10]

объёме бюджетных поступлений и развитии малого и среднего бизнеса.

Среднегодовой прогнозируемый рост мирового выставочного рынка (CAGR) составит к 2023 г. 4,88 %, а общий объём рынка составит 36,35 млрд дол. Как указано выше, по информации в «Globex», в 2016 г. этот показатель был равен 25,3 млрд дол. США. Соответственно, рынок за 7 лет вырастет почти на треть.

По прогнозу страны Азиатско-Тихоокеанского региона, а именно Китай, Индия и Гонконг, будут иметь самый высокий совокупный годовой темп роста (CAGR), который достигнет 7 % к 2023 г. Эти рынки стали новым потенциалом для отрасли, источником активной динамики и роста. Для сравнения данный коэффициент в прогнозе для Северной Америки составит всего 4 %. В полный список стран для проведения данного исследования входят: США, Канада, Германия, Франция, Великобритания, Китай, Гонконг, Индия, Бразилия, Мексика, ССАПГЗ [4].

Тенденция роста выставочной отрасли в странах Юго-Восточной Азии также отмечена в комментарии Дианы Гиневой, редактора «Globex» в 2017 г.: «Несмотря на относительно небольшие размеры, страны Юго-Восточной Азии в целом имеют быстрые темпы роста, как правило, быстрее, чем ВВП, благодаря экономическому росту, увеличению регионального торгового потока и внутреннего спроса, а также значительной поддержке правительствами местных конгрессных и выставочных бюро» [1]. Особенно востребованными будут выставки B2B формата как инструмент живой коммуникации для стимулирования развития бизнеса и промышленности данных стран [10].

Вьетнам, Филиппины и Таиланд также являются привлекательными выставочными рынками, но на данный момент ограничены в выставочных площадях. Этот факт пока препятствует активному прогрессу отрасли [5].

Одним из самых полных аналитических отчётов, содержащих прогнозы и итоги деятельности выставочной отрасли, является «Global Exhibition Barometer» Всемирной ас-

социации выставок и ярмарок UFI. С 2009 г. UFI два раза в год выпускает исследование прогноза рынка на основании данных, полученных от региональных отраслевых ассоциаций. В январе 2019 г. вышел 22-й выпуск отчёта, в котором представлена репрезентативные результаты на основании ответов 302 предприятий отрасли из 53 стран. Географическая сегментация в отчёте состоит из четырёх регионов: Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион, Северная/Южная Америка, Африка / Ближний Восток.

По результатам исследования второй половины 2018 г. большинство опрошенных компаний из всех четырёх регионов заявили об ожидании увеличения валового оборота. Особенно активную динамику роста ожидают в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Африки и Ближнего Востока [7]. В предыдущем 21-м выпуске отчёта отмечено, что предприятия всех четырёх географических сегментов ожидают рост во второй половине 2018 г. Это первый за последние 10 лет, в которые выходит отчёт UFI, такой положительный прогноз и ожидание позитивной динамики показателей валового оборота во всех странах [6, 8—9, 11].

Анализ операционной прибыли показал хороший уровень производительности у 80 % респондентов, из них 30—40% предприятий заявили об увеличении прибыли в 2018 г. на более чем 10 %, по сравнению с 2017 г. Больше всего компаний с такими показателями роста находится в Мексике (62 %), Италии (56), Великобритании (55) и Индонезии (50 %). Внизу этого списка расположены Австралия (18 %), Россия (17), Макао (10) и США (8 %).

Снижение или потерю прибыли отмечают респонденты из отдельных стран следующих географических сегментов: Центральная и Южная Америка (27 % компаний из Бразилии и 35 % из остальных стран региона), 27 % предприятий стран Азиатско-Тихоокеанского региона (кроме Австралии, Китая, Индии, Индонезии, Японии, Макао и Таиланда), 25 % компаний из стран Ближнего Востока и 23 % из Германии и Японии.

Динамику и прогноз экспансии в новые страны можно проследить по ответам респондентов Барометра UFI на вопрос, будут ли они продолжать деятельность в стране нахождения или планируют выход на рынки других стран. Среди всех опрошенных 4 из 10 стран настроены на расширение деятельности в новых государствах. Ниже на рис. 2 обозначены полученные по результатам опроса детальные результаты — стратегические приоритеты деятельности компаний по географическому признаку. Большинство компаний из стран Африки / Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанского региона настроены на продолжение деятельности на тех рынках, на которых они работают. Это говорит о наличии достаточного потенциала для роста на рынках стран данных регионов и ещё раз подтверждает прогнозы, о которых говорится выше. По сравнению с прошлым годом произошёл рост количества компаний из Европы и Америки, которые хотят выходить на рынки новых стран. Среди европейских компаний этот показатель вырос на 12 % и составил на начало 2019 г. 51 %, среди американских — на 11 % и достиг 41 %.

Отвечая на этот же вопрос для «Global Barometer», большинство компаний из всех трёх основных сфер выставочной деятельно-

сти — организатор, выставочная площадка и сервис-провайдер, сделали выбор в пользу продолжения деятельности в тех странах, где они работают в настоящий момент. При этом 42 % компаний-организаторов, 36 % выставочных площадок и 40 % сервис-провайдеров рассматривают возможность начать работать в новых странах.

Выставочная отрасль является зеркалом мировой экономики и отражает актуальные тенденции и тренды развития. Позиция стран на мировом рынке, уровень макроэкономических показателей, таких как динамика ВВП и экспорта, уровень государственного долга и инвестиций — всё это напрямую отражается в показателях роста выставочно-ярмарочной отрасли, а также сценариях будущего и прогнозах развития отрасли.

Американские и европейские компании отмечают значительное влияние цифровизации на выставочный бизнес. Рынки данных географических сегментов являются зрелыми, поэтому рост может быть достигнут за счёт инноваций, в частности — цифровых. Для развивающихся стран важнее фактор конкуренции внутри отрасли. Это объясняется активным ростом за счёт экспансии на эти рынки компаний из стран с развитой экономикой. Процент европейских компаний, пла-

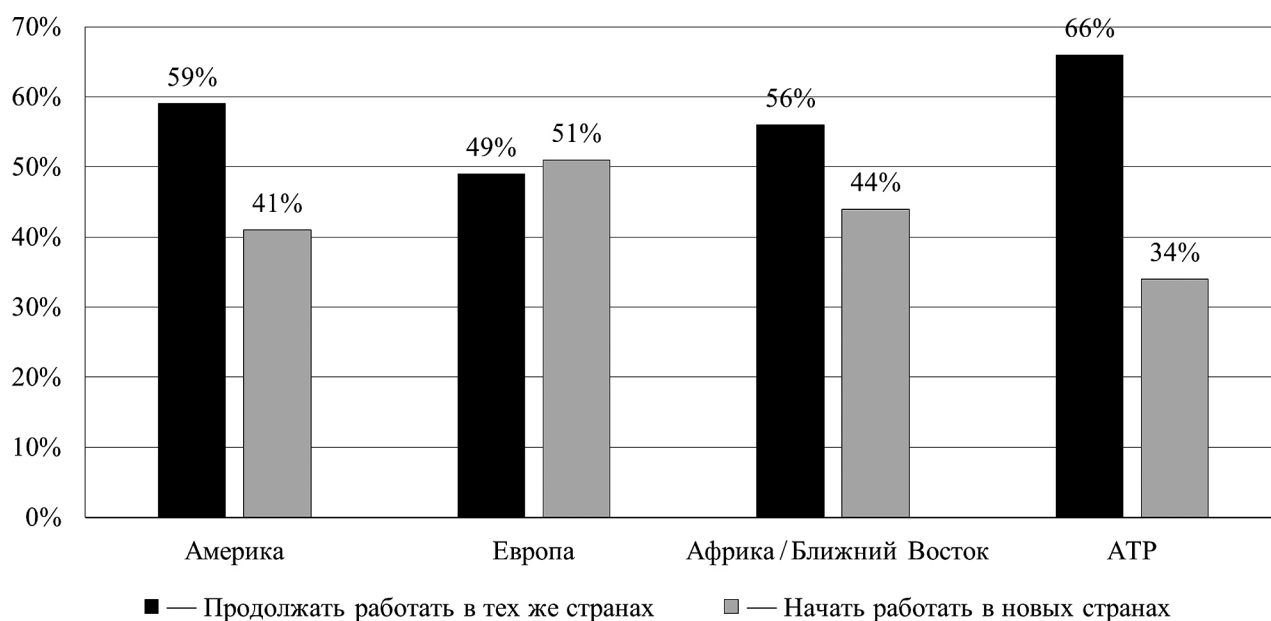


Рис. 2. Стратегические приоритеты выставочных компаний по географии деятельности [7]

нирующих выход на новые рынки, составил в 2018 г. 51 %, что на 12 % больше, чем в предыдущем, в Америке это число выросло за год (с 2017 к 2018 г.) с 30 до 41 %.

Особенно высоким потенциалом роста обладают страны Азиатско-Тихоокеанского региона и по всем прогнозам будут иметь самую высокую динамику развития в ближайшие пять лет. Активная работа местных правительств и поддержка отраслевых ассоциаций создаёт благоприятные условия для развития ВЯД. *Vice versa*, выставочная деятельность стимулирует развитие инфраструктуры и промышленности и увеличивает объём иностранных инвестиций в экономики данных стран, что положительно сказывается на финансировании государственного бюджета.

Основными характеристиками и тенденциями развития отрасли можно считать:

– рост отраслевых рынков в странах с развивающейся экономикой за счёт прогресса национальных экономик в Азиатско-Тихоокеанском регионе, Африке, Ближнем Востоке и Центральной Америке;

– экспансию выставочных компаний из «зрелых» рынков в активно развивающиеся страны;

– расширение выставочных площадей и улучшение инфраструктуры существующих центров, в том числе инвестиции в цифровизацию и безопасность выставочных мероприятий;

– консолидацию и поддержку участников отрасли на новых рынках в развивающихся странах через активную деятельность отраслевых ассоциаций;

– рост важности инвестиций в человеческий капитал и инновации;

– требование для выставочных компаний пристального внимания к колебаниям национальной экономики и политики, а также быстрой реакции на обратную связь и потребности экспонентов и посетителей отрасли.

Исходя из всего сказанного участникам мировой выставочной отрасли необходимо очень пристально следить за изменениями факторов, влияющих на отрасль в целом как на глобальном, так и на национальном уров-

не. Особенно важно осознавать тесную взаимосвязь с хозяйственными процессами, формами, политическим курсом и динамикой рынка. Общее состояние экономики, а также состояние её отдельных отраслей отражается на всех процессах выставочной индустрии. Соответственно, отслеживание колебаний и изменений является первостепенной задачей для выбора правильной стратегии развития выставочной компании и корректировки её портфолио мероприятий.

Библиографический список

1. Куликова С. Мировой рынок выставочных услуг // Мир выставок. 2013. №58. URL: <http://www.mirvistavok.ru/2013-11-01/2781-mirovoj-rynok-vystavochnyh-uslug.html> (дата обращения: 25.03.2019).

2. Садовничая А.В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государства. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/vystavочно-yarmarochnaya-deyatelnost-kak-effektivnaya-organizatsionnaya-forma-realizatsii-strategicheskikh-interesov-gosudarstva> (дата обращения: 25.03.2020).

3. Center for Exhibition Industry Research 2018. CEIR Index Report. URL: <https://www.ceir.org/2018-index> (дата обращения 25.03.2020).

4. Global Exhibitions Market Outlook and Forecasts 2018—2023. URL: <https://www.researchandmarkets.com/research/gstgzc/global?w=12> (дата обращения 20.03.2020).

5. Globex 2018: Global exhibitions market forecast to grow 5% to 2022. URL: <https://www.amrinternational.com/globex-2018-global-exhibitions-market-forecast-to-grow-5-to-2022/> (дата обращения 25.03.2020).

6. Grushov A. Two main trends of global exhibition industry. URL: <https://www.expoclub.ru/press/37189/> (дата обращения 25.03.2020).

7. Insights. 2018 Global Economic Significance of Business Events. URL: <https://insights.eventscouncil.org/Full-Article/ArtMID/398/ArticleID/1445/2018-Global-Economic-Significance-of-Business-Events> (дата обращения: 02.05.2020).

8. The World in 2050 — Summary report. PWC. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-world-in-2050-summary-report-feb-2017>.

pdf (дата обращения 20.03.2020).

9. UFI Global Exhibition Barometer. The 21st edition. URL: https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/07/21st_UFI_Global_Barometer_july2018.pdf (дата обращения 23.03.2020).

10. UFI Global Exhibition Barometer. The 22nd edition. URL: <https://www.ufi.org/wp-content/up->

[loads/2019/02/22nd_UFI_Global_Barometer_January_2019.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2019/02/22nd_UFI_Global_Barometer_January_2019.pdf) (дата обращения 22.03.2020).

11. World Map of Exhibition Venues. 2017 Edition. Revised December 2018. URL: https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/12/UFi_World_Map_of_Venues_2017_revDec18.pdf (дата обращения 25.03.2020).