

МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ



О. С. ГОЛОТА

ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

В статье исследована трансформация роли выставочно-ярмарочной деятельности в мировой экономике. Автор предлагает рассматривать выставочно-ярмарочную деятельность как выставочно-ярмарочно-конгрессную.

Ключевые слова: выставочная деятельность; деловая программа выставки; мультипликативный эффект.

УДК 339.174(476)

Экономика, основанная на знаниях, обуславливает необходимость поиска и развития новых форм международных экономических отношений. В настоящее время актуальным является рассмотрение выставочно-ярмарочной деятельности в качестве одной из форм международного сотрудничества вследствие трансформации ее роли в мировой экономике — от простого продвижения товаров на внутреннем и внешних рынках до механизма установления прочных международных кооперационных связей, обмена опытом в научно-технической и инновационной сферах.

Наиболее четкое определение выставочно-ярмарочной деятельности и ее роли на микро- и макроуровнях представлено в Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации. Выставочно-ярмарочная деятельность — предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества [1].

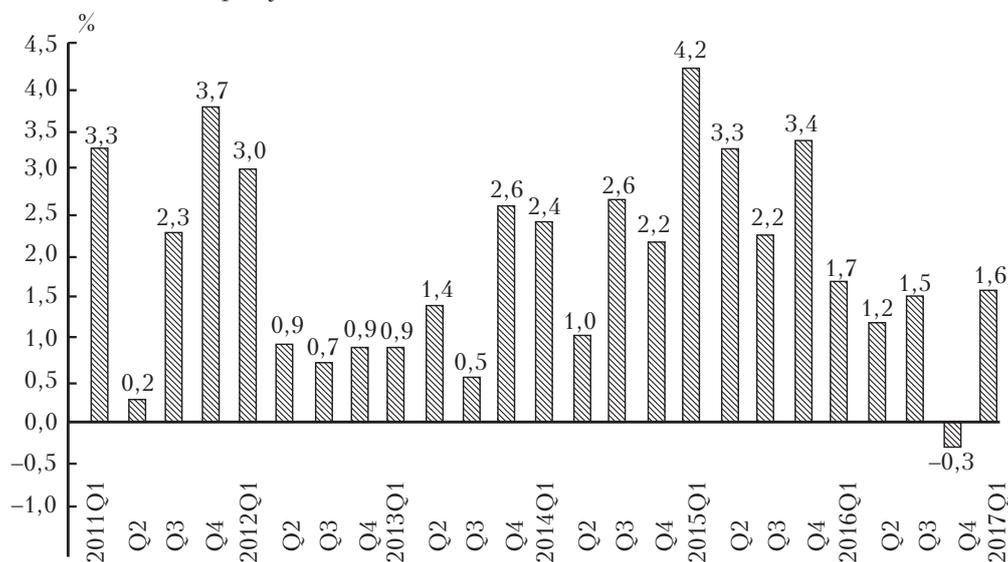
Традиционно большинство исследователей определяли выставочно-ярмарочную деятельность в качестве основного инструмента маркетинга. Однако интенсивное развитие информационных технологий явилось предпосылкой становления цифрового маркетинга, а развитие и распространение доступа к сети Интернет — интернет-маркетинга, IT-маркетинг, которые доказывают свою эффективность.

Ольга Сергеевна ГОЛОТА (oliagolota@gmail.com), аспирантка кафедры мировой экономики Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

Развитие IT-маркетинга является своего рода доказательством того, что роль выставочной деятельности значительно шире той (основной инструмент маркетинга), которую ей отводили последнее время. Появилась необходимость ее рассмотрения и в рамках других экономических дисциплин.

В связи с тем, что международная выставочно-ярмарочная деятельность является организационной формой международной торговли, зарубежные ученые рассматривают ее как предпринимательскую деятельность в сфере деловых услуг [2].

Данные Центра исследований выставочной индустрии (Center for Exhibition Industry Research (CEIR), США) свидетельствуют о развитии и увеличении масштабов выставочного сегмента рынка деловых услуг в мировой экономике. Индекс Центра исследований выставочной индустрии CEIR Total, который рассчитывается на основе количественных данных (чистой арендованной площади, посещаемости мероприятий специалистами, количества экспонентов, общего валового дохода от всех событий), с 2011 до начала 2017 г. (за исключением четвертого квартала 2016 г.) демонстрировал прирост в пределах от 0,2 до 4,2 % (см. рисунок).



Динамика темпов роста индекса CEIR Total

Примечание: [3].

В первом квартале 2017 г. показатели, на основе которых высчитывается индекс CEIR Total, также демонстрировали рост:

чистая арендованная площадь — на 2,0 %;

посещаемость специалистами — на 0,3 %;

количество экспонентов — на 1,7 %;

общий валовой доход от всех событий* — на 2,3 %.

Исходя из статистических данных Центра исследований выставочной индустрии, представленных на рисунке, можно сделать вывод, что выставочный сегмент рынка деловых услуг в мировой экономике динамично развивается. Происходит это благодаря эволюции роли выставочно-ярмарочной деятельности от инструмента маркетинга до формы международного сотрудничества, как для участников мероприятий на микроуровне, так и для национальных экономик на макроуровне в целом.

Выставочно-ярмарочная деятельность является действенным механизмом продвижения товаров на мировом рынке и стимулирует развитие националь-

*Имеются в виду все события выставки (в том числе деловой программы).

ной экономики [4]. Развитие внешней торговли имеет первостепенное значение, поскольку от ее эффективности зависит экономический рост, возможности дальнейшего наращивания объемов производства и инвестиций [5].

Выставочно-ярмарочная деятельность также является инструментом макроэкономической и инвестиционной политики. В современных условиях выставки и ярмарки обеспечивают мобильность рынка (как правило, личные контакты руководителей предприятий позволяют решать принципиальные вопросы сотрудничества более оперативно), создают необходимое информационное поле (благодаря предоставлению информации о новинках во всех отраслях промышленности, областях науки, социально-экономической сферы), формируют значительные финансовые потоки (затраты на проведение мероприятия, а также на реализацию проектов, договоренности о которых были достигнуты по итогам проведения выставки), а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней (как за счет оплаты аренды государственных площадок для проведения выставок, так и за счет налоговых поступлений). Они являются связующим звеном между внутренними и международными рынками, способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации инвестиционных проектов национальных предприятий и организаций, поскольку глобальная конкуренция на современном этапе развития усиливается не столько на товарных и ценовых, сколько на информационном рынке, отражением которого являются выставки [6].

Так, например, по итогам договоренностей, достигнутых во время проведения в 2014 г. выставок китайских товаров в Республике Беларусь, в рамках 21-й международной инвестиционной выставки-ярмарки в г. Ланьчжоу (Ганьсу, Китай) в июле 2015 г. было подписано соглашение, предполагавшее создание в г. Минске совместного торгового центра. В феврале 2016 г. он был зарегистрирован как ОАО «Белорусско-китайский центр торгового сотрудничества» [7]. Объем взаимных поставок при его непосредственном участии по состоянию на декабрь 2017 г. превысил 300 тыс. дол. США*.

Правительство Российской Федерации рассматривает выставочно-ярмарочную деятельность в качестве одного из важнейших инструментов активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, привлечения инвестиций и укрепления экономического потенциала страны [8]. Такой подход, ориентированный прежде всего на развитие международного сотрудничества посредством выставочно-ярмарочной деятельности, предлагается более широко использовать и в Беларуси. Развивая выставочно-ярмарочную деятельность как форму международного сотрудничества, площадку для конструктивного диалога в международном бизнесе, Республика Беларусь в полной мере может реализовать ее мультипликативный эффект для развития национальной экономики.

Необходимо подчеркнуть, что в настоящее время все масштабные выставочные мероприятия являются международными проектами, поскольку их подготовкой и реализацией занимается международная команда, включая:

выставочного оператора (организатор выставки, занимающийся координацией проекта в целом);

дизайнеров, разрабатывающих концепцию оформления выставки;

архитекторов выставочных стендов участников;

модераторов деловой программы;

ведущих конгрессных мероприятий (конгрессные мероприятия — мероприятия деловой программы выставки);

работников службы технического обеспечения программы выставки.

Теоретически все перечисленные участники проекта могут быть сотрудниками одной организации. Однако практика показывает, что масштабные

*По информации ГО «Белресурсы» — Управляющая компания холдинга «Белресурсы».

проекты реализуются сборной командой специалистов, которые представляют различные организации и страны. В основном такая ситуация имеет место при проведении крупных международных выставок, национальных выставок или экспозиций в зарубежных странах. Проведение всемирных выставок всегда является проектом международного сотрудничества и результатом работы международной команды.

Международные специализированные выставки, как правило, сопровождаются обширной деловой программой, мероприятия которой включают симпозиумы, международные конференции, в том числе научно-практические, контактно-кооперационные биржи, семинары, презентации, тренинги, тематические дискуссии, круглые столы, мастер-классы и другие с участием известных спикеров и международных экспертов.

В мероприятиях обычно принимают участие представители международных организаций, государственных органов, иностранных предприятий, общественных объединений, независимые эксперты, что значительно повышает интерес к выставке как форме международной деловой активности.

Все мероприятия деловой программы и выставки в целом направлены на установление новых и развитие существующих международных связей между предприятиями и организациями стран-участниц в сфере экономического (торгового и инвестиционного) сотрудничества, обмен опытом, заключение соглашений в области научно-технического и инновационного взаимодействия, налаживание кооперационных связей, поиск возможностей реализации проектов государственно-частного партнерства, в том числе с привлечением зарубежных компаний, использованием международного опыта, иностранных инвестиций.

Благодаря качественным деловым программам происходит трансформация роли выставок от простого продвижения товаров и анализа рынка международных конкурентов до более высокого уровня, что предоставляет возможность проведения переговоров по широкому спектру проблем, связанных с различными формами международных экономических отношений (международная торговля товарами и услугами, международное движение капитала, международное научно-техническое сотрудничество, международная промышленная кооперация, международные валютные отношения, международная экономическая интеграция, миграция трудовых ресурсов, совместное решение глобальных проблем).

Наиболее полно действие этого механизма прослеживается во время проведения международных выставок, которые выступают независимой площадкой для подписания международных договоров и соглашений о торгово-экономическом сотрудничестве (например, о создании торгового дома за рубежом с целью развития национальной товаропроводящей сети или совместных экспортно-импортных компаний, учрежденных представителями различных стран, для взаимного продвижения национальных товаров) [7]. Кроме того, в рамках международных выставок подписываются соглашения о сотрудничестве в сфере совместных научно-технических разработок, образования, здравоохранения, спорта, туризма. В основном реализация услуг в указанных сферах осуществляется на платной основе, что является дополнительным источником валютных поступлений в бюджет и развивает сопутствующие обслуживающие сферы (торговля, гостиничный бизнес, общественное питание, культурная сфера).

На основании изложенного можно сделать вывод, что конгрессные мероприятия являются неотъемлемой частью международной выставки. В связи

с этим в современных условиях на практике содержание понятия «выставочно-ярмарочная деятельность» расширяется до «выставочно-ярмарочно-конгрессной», что также должно найти отражение в нормативных правовых актах, регулирующих данную сферу в Республике Беларусь.

Выгодное экономико-географическое положение Республики Беларусь позволяет выступать стране в качестве буфера между странами Западной Европы и партнеров по ЕАЭС при решении спорных вопросов как в экономике, так и в политике. Белорусская столица выступила в качестве независимой площадки для принятия согласованных решений по украинскому кризису. Вместе с тем его последствия негативно сказались на экономике стран-участниц вследствие введения определенных санкций.

Международные выставки, организуемые в Республике Беларусь, следует рассматривать как возможность проведения переговоров для представителей бизнеса стран Европейского союза и ЕАЭС. Конгрессные мероприятия способны обеспечить плодотворный диалог между представителями международного бизнеса для установления и развития взаимовыгодных торговых и инвестиционных связей компаний и корпораций из различных стран, принятия совместных решений независимо от действующих ограничений и санкций.

Однако для проведения выставочных и конгрессных мероприятий в стране должна быть создана соответствующая деловая инфраструктура, отвечающая требованиям, предъявляемым к выставочно-ярмарочной деятельности международного уровня, которая в настоящее время в республике отсутствует. В качестве одной из альтернатив для решения данной проблемы целесообразно рассмотреть возможность разработки проекта государственно-частного партнерства с привлечением иностранного инвестора, что также является формой международного сотрудничества.

Необходимость создания инфраструктуры для выставочно-ярмарочной деятельности обусловлена также тем, что выставочные и конгрессные мероприятия являются мощным стимулом для развития сопутствующих сфер: гостиничного бизнеса, торговли и общественного питания, транспорта, туристического сектора [9].

Принимая во внимание, что длительность выставочного мероприятия в среднем составляет три—пять дней, а одна компания — иностранный экспонент — представлена, как правило, двумя—шестью сотрудниками, можно рассчитать предполагаемый эффект от их участия в выставке для сопутствующих отраслей экономики (см. таблицу).

Расчет примерных затрат иностранных участников международной выставки во время пребывания в г. Минске

| Статья расходов | Сумма на одного человека, дол. США | Сумма на четырех человек, дол. США |
|--|------------------------------------|------------------------------------|
| Аренда жилого помещения (средняя стоимость стандартного номера в отеле г. Минска), в сутки | 85 | 340 |
| Трехразовое питание в объектах общепита г. Минска, в сутки | 15 | 60 |
| Пользование общественным транспортом, в сутки | 1,2 | 4,8 |
| Итого в сутки | 101,2 | 404,8 |
| Итого на четыре дня | 404,8 | 1 619,2 |

Исходя из средней стоимости аренды жилья и цен в объектах общественного питания, установленных тарифов за пользование общественным транспортом, минимальная сумма, затраченная иностранным участником выставки, превысит 100 дол. США в день. Таким образом, участие в 4-дневной выставке одной иностранной компании, направившей четырех сотрудников, обеспечит приток валютной выручки в экономику страны в размере около 1,5 тыс. дол. США. Эта сумма может быть гораздо выше, поскольку в подсчете не учтены расходы на посещение магазинов, в том числе сувенирных, а также культурную программу и другие возможные затраты, связанные с пребыванием в стране.

Трансформация роли выставочно-ярмарочной деятельности от продвижения товаров до совместного решения глобальных проблем, от инструмента маркетинга до формы международного сотрудничества позволяет сделать вывод о наличии значительного потенциала ее развития, стимулирующего укрепление национальной экономики в условиях глобализации и ужесточения конкуренции на мировом рынке. Однако потенциал выставочно-ярмарочной деятельности может быть реализован только в случае создания в Республике Беларусь соответствующей международным стандартам деловой инфраструктуры, а также совершенствования нормативной правовой базы, которая будет отвечать требованиям развития выставочно-ярмарочной деятельности в стране в современных условиях.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10 июля 2014 г. № 1273-р [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». — М., 2018.

2. Улановская, О. Н. Особенности маркетингового ценообразования в сфере выставочной деятельности / О. Н. Улановская // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. — 2017. — № 3. — С. 207–214.

Ulanovskaya, O. N. Osobennosti marketingovogo tsenoobrazovaniya v sfere vyistavochnoy deyatel'nosti [Peculiarities of marketing price making in the sphere of exhibition activity] / O. N. Ulanovskaya // RISK: Resursyi, Informatsiya, Snabzhenie, Konkurentsia. — 2017. — N 3. — P. 207–214.

3. Международный выставочный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://expclub.ru/press/39422/>. — Дата доступа: 01.02. 2018.

4. Голота, О. С. Участие в выставках как элемент конкурентной стратегии предприятия в условиях экономического кризиса / О. С. Голота // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2016 г. : в 2 т. — Минск : БГЭУ, 2016. — Т. 2. — С. 134–135.

Golota, O. S. Uchastie v vystavках как element konkurentnoy strategii predpriyatiya v usloviyah ekonomicheskogo krizisa [Participation in exhibitions as an element of enterprise's competitive strategy in the conditions of economic crisis] / O. S. Golota // Ekonomicheskiy rost Respubliki Belarus: globalizatsiya, innovatsionnost, ustoychivost : materialy IX Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 19–20 maya 2016 g. : v 2 t. — Minsk : BGEU, 2016. — T. 2. — P. 134–135.

5. Шмарловская, Г. А. Экономическое взаимодействие Республики Беларусь и Китайской Народной Республики / Г. А. Шмарловская // Евразия: межкультурное взаимодействие в экономическом и образовательном пространстве : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 янв. 2016 г. / редкол.: Н. В. Попок (гл. ред.) [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2017. — С. 3–7.

Shmarlovskaya, G. A. Ekonomicheskoe vzaimodeystvie Respubliki Belarus i Kitayskoy Narodnoy Respubliki [Economic interaction of the Republic of Belarus and People's Republic of China] / G. A. Shmarlovskaya // Evraziya: mezhkulturnoe vzaimodeystvie

v ekonomicheskom i obrazovatelnom prostranstve : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 28 yanv. 2016 g. / redkol.: N. V. Popok (gl. red.) [i dr.]. — Minsk : BGEU, 2017. — P. 3–7.

6. *Зыбин, С. Ю.* Выставочная деятельность Беларуси: история, перспективы развития / С. Ю. Зыбин // 90 год Віцебскаму абласному краязнаўчаму музею : матэрыялы навук. канф., Віцебск, 30–31 кастр. 2008 г. / рэдкал.: Г. У. Савіцкі [i інш.]. — Мінск : Медысонт, 2009. — С. 62–71.

Zyibin, S. Yu. Vyistavochnaya deyatelnost' Belarusi: istoriya, perspektivy razvitiya [Exhibition activity in Belarus: history and prospective of development] / S. Yu. Zyibin // 90 god VItsebskamu ablasnomu kraysnaznachamu muzeyu : materyialy navuk. kanf., VItsebsk, 30–31 kastr. 2008 g. / redkal.: G. U. Savitski [I Insh.]. — Minsk : Medysont, 2009. — P. 62–71.

7. *Голота, О. С.* Роль выставочно-ярмарочной деятельности в развитии белорусско-китайского экономического сотрудничества / О. С. Голота // Евразия: межкультурное взаимодействие в экономическом и образовательном пространстве : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 янв. 2016 г. / редкол.: Н. В. Попок (гл. ред.) [i dr.]. — Минск : БГЭУ, 2017. — С. 27–30.

Golota, O. S. Rol vyistavochno-yarmarochnoy deyatelnosti v razvitiy belorussko-kitayskogo ekonomicheskogo sotrudnichestva [Role of exhibition and fair activity in the development of Belarus-Chinese economic cooperation] / O. S. Golota // Evraziya: mezhkulturnoe vzaimodeystvie v ekonomicheskom i obrazovatelnom prostranstve : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 28 yanv. 2016 g. / redkol.: N. V. Popok (gl. red.) [i dr.]. — Minsk : BGEU, 2017. — P. 27–30.

8. *Коржевич, К. С.* Те же на манеже / К. С. Коржевич // Директор. — 2016. — № 3. — С. 26–29.

Korzhevich, K. S. Te zhe na manezhe / K. S. Korzhevich // Direktor. — 2016. — N 3. — P. 26–29.

9. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 10 июля 2014 г. № 1273-р // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». — М., 2018.

OLGA GOLOTA

EXHIBITION AND FAIR ACTIVITIES AS FORM OF INTERNATIONAL COOPERATION

Author affiliation. *Olga GOLOTA* (oliagolota@gmail.com), *Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus)*.

Abstract. Transformation of the role of exhibition and fair activities in the world economy is examined. The author suggests viewing ‘exhibition and fair activity’ as ‘exhibition, fair and congress activity’.

Keywords: exhibition activity; exhibition business program; multiplier effect.

UDC 339.174(476)

*Статья поступила
в редакцию 05.02. 2018 г.*