

УДК 339.9

## ПОЗИЦИИ БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА В МИРОВОЙ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

*Воронина Т. В., Хедер Зуха*

*Южный федеральный университет, Ростов–на–Дону, Российская Федерация  
E-mail: t.v.voronina@mail.ru*

На основе сравнительного анализа исследуются позиции ближневосточного региона в мировой выставочно-ярмарочной индустрии. В качестве анализируемых отобраны абсолютные и относительные показатели: доля экспоиндустрии в региональном валовом продукте, вклад региона в производство мирового выставочного продукта, в создание рабочих мест; прямые доходы на одного экспонента; получаемые доходы на 1 м кв. выставочной площади; а также количество экспонентов и посетителей выставок. В результате исследования сделан вывод о значительном отставании стран Ближнего Востока по всем показателям развития выставочно-ярмарочной деятельности от Североамериканского, Европейского и Азиатско-Тихоокеанского регионов. Слабые позиции в целом Ближневосточного региона в мировой выставочной индустрии объясняются тем, что за исключением двух стран региона – ОАЭ и Ирана, остальные государства слабо вовлечены в эксподеятельность по причине приоритета других форм туризма, региональных военных конфликтов, нестабильной экономической и политической ситуации. Для активизации выставочно-ярмарочной деятельности в регионе предложены следующие направления, а именно: объединение усилий стран региона в продвижении выставочно-ярмарочной деятельности; широкое внедрение цифровых технологий и платформ для развития экспоиндустрии в регионе.

**Ключевые слова:** мировая выставочно-ярмарочная индустрия (экспоиндустрия), Ближний Восток, мировой выставочный продукт, компании-экспоненты.

### ВВЕДЕНИЕ

Международная выставочная-ярмарочная индустрия (экспоиндустрия) представляет особый вид экономической деятельности, которая осуществляется в целях содействия и развития торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества стран. Международные выставки и ярмарки являются коммерческими мероприятиями, которые проходят в четко установленные сроки, в конкретном месте, информация о которых доведена до широкого круга лиц, где на основе образцов демонстрируются для публичного обозрения товары, услуги, технические решения, инновации.

Международные выставки проводятся формате B2B и привлекают экспонентов и посетителей из различных стран мира, поэтому выставочная индустрия в глобальной экономике выполняет функцию посредника для компаний любой отрасли экономики. Благодаря международным выставкам и ярмаркам, фирмы заключают контракты, обмениваются информацией, выстраивают долгосрочные деловые отношения, продвигают продукцию и новые технологии на отечественные и зарубежные рынки. Согласно данным Международной выставочной ассоциации (UFI), большая часть экономических сделок в мире заключается именно на международных выставочных площадках. Так, более 90 % транснациональных компаний мира подписывают контракты на международных мероприятиях в рамках

выставок. Эта тенденция будет только укрепляться, так как по прогнозам к 2023 году ожидается рост мировой экспоиндустрии примерно на 4 % [13].

Также отметим значительный вклад выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД) в мировой ВВП, который достиг 200,7 млрд долл. в 2019 году. Благодаря международным выставкам, фирмами-экспонентами был получен доход в размере 334,5 млрд долларов США, создано 3,4 млн рабочих мест в мире, в том числе 1,4 млн прямых рабочих мест [13].

Для национальных экономик экспоиндустрия генерирует стимулы для развития промышленности, торговли, индустрии гостеприимства, ресторанного бизнеса, расширяет занятость. В настоящее время роль выставочно-ярмарочной деятельности не сводится только к демонстрации товаров, услуг и информации. Она становится эффективным способом продвижения коммерческих интересов страны в лице ее национальных производителей.

Для стран Ближнего Востока выставочная деятельность способствует развитию национальных хозяйств, привлечению иностранных инвестиций в несырьевые сектора экономики, росту национального экспорта услуг.

Интерес к изучению выставочно-ярмарочной деятельности в научной литературе проявлялся по мере нарастания популярности делового туризма и роста уровня дохода от выставочно-ярмарочной деятельности в странах мира. Экспоиндустрия рассматривается как особая форма международного туризма – делового, событийного туризма [9]. В публикациях уделяется внимание основам организации выставочно-ярмарочной деятельности [4; 5]. Отмечается роль экспоиндустрии в продвижении национальных экономических интересов, выравнивания региональных диспропорций [2; 4; 6]. Авторы акцентируют внимание на роли выставок в налаживании международного сотрудничества [11; 12]; в стимулировании продаж на зарубежных рынках [15]; в популяризации местного культурного наследия [14]; в структурных изменениях национальных экономик, ее модернизации в ведущих странах и регионах-лидерах экспоиндустрии (США, ЕС, КНР) и РФ [1; 5; 6; 7]. Отдельно можно выделить работы, посвященные негативному влиянию пандемии коронавируса на динамику туристической индустрии и выставочно-ярмарочной деятельности в мире в целом и в странах Ближнего Востока, а также мерам государственной поддержки экспоиндустрии [3; 10]. Однако практически мало изученными остаются вопросы текущего состояния и перспективных направлений развития выставочной индустрии в странах Ближнего Востока.

В связи с этим цель данного исследования заключается в выявлении места ближневосточного региона в мировой выставочно-ярмарочной индустрии через проведение сравнительного анализа основных показателей ее развития с другими регионами мира, а также обосновании перспективных направлений ее активизации в регионе.

В первой части статьи обосновывается актуальность и цель, выявляется степень изученности проблемы в научной литературе. Далее на основе исследования статистических данных проводится сравнительный анализ развития выставочно-ярмарочной индустрии в государствах Ближнего Востока и других регионах мира по

## ПОЗИЦИИ БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА В МИРОВОЙ...

показателям: вклад региона в производство мирового валового продукта и мирового выставочного продукта, в создание рабочих мест; получаемые прямые доходы на одного экспонента; получаемые доходы на 1 м кв. выставочной площади; а также количество экспонентов и посетителей выставок. Результаты региональных сравнений позволили констатировать слабые позиции ближневосточного региона в мировой экспоиндустрии, что обусловило необходимость в предложениях по ее дальнейшему развитию. В заключительной части работы были сформулированы выводы по результатам исследования.

В процессе исследования авторы столкнулись с практическим отсутствием единых статистических данных о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в странах ближнего Востока в национальной статистике, поэтому источником данных послужили материалы Международной выставочной ассоциации (UFI). Так как пандемия коронавируса чрезвычайно негативно повлияла на выставочно-ярмарочную деятельность в мире, спровоцировав в 2020 году сокращение ее на 68 % по сравнению с 2019 годом, то для анализа был взят относительно стабильный допандемический период – 2019 год.

### ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

В настоящее время по всем показателям развития лидирующие позиции в мировой выставочной индустрии занимают Североамериканский регион, Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион (табл. 1).

Таблица 1. Показатели выставочной индустрии по регионам мира в 2019 г.

| Регионы                       | Доля выставок в РВП, % | Доля в мировом выставочном продукте, % | Вклад в прямые рабочие места, % | Прямые доходы на одного экспонента, долл. | Участники (экспоненты), %/млн | Посетители, % / млн чел. | Доходы с 1 м кв. выставочной площади, долл. |
|-------------------------------|------------------------|--|---------------------------------|---|-------------------------------|--------------------------|---|
| Северная Америка              | 46,0                   | 42,7                                   | 39,3                            | 88 130                                    | 34,1/1,62                     | 31,8/92,3                | 17 661                                      |
| Европа                        | 28,3                   | 31,4                                   | 27,9                            | 78 403                                    | 28,2/1,34                     | 26,2/112,0               | 6690  |
| Азиатско-Тихоокеанский регион | 21,4                   | 21,9                                   | 26,3                            | 54 952                                    | 28,07/1,33                    | 25,4/89,7                | 5876  |
| Центральная и Южная Америка   | 3,1                    | 2,8                                    | 4,8                             | 32 437                                    | 6,0/0,29                      | 14,2/50,0                | 4666  |
| <b>Ближний Восток</b>         | <b>0,9</b>             | <b>0,9</b>                             | <b>1,0</b>                      | <b>27 120</b>                             | <b>2,7/0,13</b>               | <b>1,8/6,5</b>           | <b>2680</b>                                 |
| Африка                        | 0,4                    | 0,3                                    | 0,6                             | 22 720                                    | 0,9/0,04                      | 0,6/2,2                  | 3849  |

Источник: составлено авторами по данным UFI.

Согласно данным таблицы 1, можно констатировать явное отставание региона Ближний Восток по отношению к другим регионам мира как по абсолютным, так и по относительным показателям экспоиндустрии.

По всем показателям развития лидирующие позиции в мировой выставочной индустрии занимают Североамериканский регион, Европа и Азиатско-

Тихоокеанский регион. На долю трех отмеченных регионов, приходится 96 % производства мирового выставочного продукта. Вклад Ближневосточного региона на этом фоне выглядит очень скромным – 0,9 %, что в 47 раз меньше показателя Северной Америки и почти в 35 раз – Европы.

По генерации рабочих мест выставки и ярмарки в странах Ближнего Востока также значительно отстают от показателей регионов-лидеров: более чем в 39 раз от Северной Америки, почти в 27 раз от Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона.

Доходы, поучаемые от проведения международных выставок, зависят от количества привлеченных компаний-экспонентов и посетителей выставок. На долю Ближневосточного региона приходится 2,7 % от совокупного числа компаний-экспонентов и 1,8 % посетителей в мире, что более чем в 12,6 и 17,6 раз меньше соответствующих показателей Североамериканского региона. А по создаваемым прямым доходам от одного экспонента Ближневосточный регион опережает лишь страны Африки.

Другим важным показателем для региональных сравнений, является окупаемость выставочно-ярмарочных площадок. По окупаемости 1 кв. метра выставочных площадей Ближневосточный регион уступает в 6,6 раз Северной Америке, в 2,5 раза Европе и 2,19 раз Азиатско-Тихоокеанскому региону.

Скромные позиции Ближневосточного региона в мировой выставочной индустрии объясняются тем, что несмотря на наличие в регионе крытых крупных выставочных центров и достаточно развитой инфраструктуры для таких бизнес-мероприятий, тем не менее только на 2 страны – ОАЭ и Иран приходится 60 % (300 выставок в 2019 г.) всех проводимых международных выставок и 57,9 % всех выставочных площадей региона (таблица 2).

Таблица 2. Распределение выставочных комплексов по странам Ближнего Востока на 2019 г.

| Страна            | Количество выставок | Закрытая выставочная площадь, тыс. м.кв. |
|-------------------|---------------------|--|
| ОАЭ               | 180                 | 276,5                                    |
| Иран              | 120                 | 250                                      |
| Саудовская Аравия | 44                  | 51,5                                     |
| Оман              | 21                  | 13                                       |
| Кувейт            | 19                  | 30                                       |
| Ирак              | 16                  | 59,5                                     |
| Катар             | 11                  | 78,8                                     |
| Ливан             | 10                  | 45,5                                     |
| Бахрейн           | 8                   | 15,4                                     |
| Иордания          | 7                   | 12,1                                     |
| Сирия             | 7                   | 76,5                                     |

Источник: составлено авторами по данным UFI

Остальные государства Ближнего Востока даже при наличии выставочных площадей (Сирия, Ирак, Ливан), слабо вовлечены в выставочно-ярмарочную деятельность по причине приоритета других форм туризма, региональных вооруженных конфликтов, нестабильной экономической и политической ситуации.

## ПОЗИЦИИ БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА В МИРОВОЙ...

Однако по сравнению с допандемическим 2019 годом можно отметить в первой половине 2022 года рост доходов на 56 % у более половины компаний ближневосточного региона, участвующих в международных выставках и ярмарках (рисунок 1).

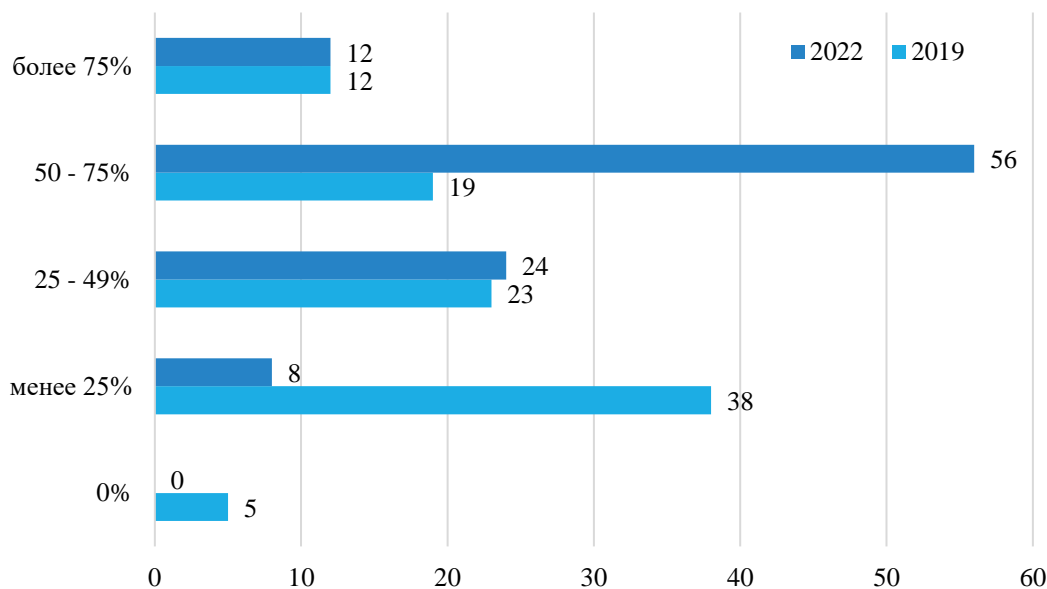


Рисунок 1. Изменение доходов компаний стран Ближнего Востока, задействованных в выставках в 2019 – июнь 2022 гг., %.

Источник: составлено авторами по данным UFI

В настоящее время развитие мировой экономики протекает в довольно сложных условиях, поэтому принципы ее функционирования меняются. Именно сейчас у многих стран, которые до этой поры считались «бедными», «развивающимися», появляется шанс заявить о себе в мировой экономике. В условиях высокой стоимости и сложности реализации международных проектов выставочно-ярмарочной деятельности на рынках стран Северной Америки (США, Канады) и Европы, большинство из которых являются лидерами рынка, будет происходить поиск новых, более доступных территорий для проведения выставок. Этим моментом необходимо правильно воспользоваться правительствам стран Ближнего Востока. Принимая во внимание прогнозируемый рост мировой выставочной индустрии в 2023 году на 4 %, а также текущие скромные позиции ближневосточного региона в мировой экспоиндустрии, сформулируем направления, которые будут способствовать активизации выставочно-ярмарочной деятельности в странах Ближнего Востока, их потенциальное позитивное влияние на экономику региона и необходимые меры поддержки на уровне государств (таблица 3).

Таблица 3. Направления по активизации развития выставочно-ярмарочной деятельности в странах Ближнего Востока

| Направления развития ВЯД   | Потенциальное влияние на развитие стран Ближнего Востока  | Формы и инструменты поддержки со стороны государств   |
|--|---|---|
| <i>Региональное сотрудничество в сфере ВЯД (объединение усилий стран региона в продвижении выставочно-ярмарочной деятельности)</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– расширяется количество заинтересованных стран регион и их компаний-экспонентов;</li> <li>– формируются новые возможности для всех участников ВЯД региона, включая рост доходов и приток иностранных инвестиций;</li> <li>– повышается международный престиж и узнаваемость выставок региона;</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– подписание международных и межправительственных соглашений о взаимопомощи в сфере ВЯД;</li> <li>– установление режима наибольшего благоприятствования для стран региона, желающих провести совместные мероприятия;</li> <li>– налаживание внутренней инфраструктуры в регионе, в частности, развитие авиаперелетов для участников выставок.</li> </ul> |
| <i>Внедрение цифровых технологий и платформ для развития ВЯД региона.</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– расширяется информированность о международных выставках и их условиях в регионе;</li> <li>– формируются дополнительные стимулы развития для смежных отраслей экономики;</li> <li>– активизируется международный туризм;</li> <li>– обеспечиваются гарантии безопасности мероприятий для участников из других стран.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– развитие цифровой инфраструктуры городов Ближнего Востока;</li> <li>– повышение безопасности хранения данных об участниках ВЯД;</li> <li>– развитие цифровых сервисов;</li> <li>– электронный документооборот между участниками эксподейтельности;</li> <li>– гарантии безопасности проведения международных платежей и пр.</li> </ul>                 |

Источник: составлено авторами

Таким образом, реализация направлений по активизации развития выставочно-ярмарочной деятельности в странах Ближнего Востока раскрывает новые возможности для позиционирования региона в мировой экономике, обеспечивает дополнительные источники валютных доходов.

## ***ПОЗИЦИИ БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА В МИРОВОЙ...***

Развитие выставочно-ярмарочной деятельности обладает мультипликативным эффектом, так как вовлекает большое количество смежных сфер экономики для обслуживания участников экспоиндустрии. По этой причине она способна стать эффективным способом стимулирования хозяйственных систем некоторых стран региона, заметно замедлившихся в развитии в последнее десятилетие по причине военных и социальных конфликтов (Сирия, Ливия и пр.). Кроме того, стоит отметить довольно высокий платежеспособный спрос со стороны иностранных компаний на проекты, реализуемые на территории стран Ближнего Востока, что объясняется наличием большого числа высвободившихся рыночных ниш (Сирия), освоение которых может принести в будущем солидную финансовую выгоду.

Развитие экспоиндустрии в странах Ближнего Востока обеспечивает возможность для избавления региона от негативного имиджа, сформировавшегося за долгие годы региональных войн и конфликтов, становится источником донесения до мировой общественности информации о стабилизации обстановки и безопасности посещения международных выставок в регионе. Чем больше посетителей и экспонентов будет участвовать в мероприятиях в странах Ближнего Востока, тем больше будет распространяться информация о реальном положении дел. В этой связи выставочно-ярмарочную деятельность можно рассматривать как инструмент регионального маркетинга, направленного на информирование о состоянии рынка, уровне конкуренции, свободы предпринимательства, инновациях, культуре Ближнего Востока и пр. Однако здесь чрезвычайно актуальным вопросом является обеспечение и гарантии безопасности как участников международных выставок, так и данных о них.

Очевидно, что государствам Ближнего Востока для расширения масштабов выставочно-ярмарочной деятельности в регионе необходимо решить ряд структурных проблем. Например, далеко не все страны региона смогут быстро перейти к широкому внедрению цифровых технологий. С другой стороны, реализация крупных инфраструктурных проектов по развитию выставочно-ярмарочной деятельности в регионе при условии иностранного участия приведет к формированию эффектов, которые будут способны положительным образом отразиться на благосостоянии местного населения и развитии государств региона в целом.

### **ВЫВОДЫ**

Таким образом, в заключении исследования можно сформулировать ряд выводов.

Регион Ближнего Востока по совокупному значению показателей развития выставочно-ярмарочной деятельности значительно уступает другим регионам мира, в первую очередь Североамериканскому, Европейскому, Азиатско-тихоокеанскому.

Активизация выставочно-ярмарочной деятельности для ближневосточного региона может стать дополнительным источником дохода и привлечения ПИИ в национальные экономики. Благодаря ее развитию открываются возможности для сопутствующих отраслей экономики, для создания новых бизнес-процессов и раскрытия внутреннего потенциала стран региона. Принимая во внимание, что

выставочно-ярмарочная деятельность обладает высоким мультипликативным эффектом, а довольно большое число стран Ближнего Востока требует восстановления после внешнего военного воздействия, то она может рассматриваться как важнейший фактор развития и несырьевого экспорта региона.

В качестве потенциальных направлений активизации выставочно-ярмарочной деятельности в регионе предложены: объединение усилий стран региона в продвижении выставочно-ярмарочной деятельности и внедрение цифровых технологий для развития экспоиндустрии региона.

#### **Список литературы**

1. Мамедова Э. Т. Выставочная индустрия как драйвер структурных изменений в экономике // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. Научное обозрение преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов российских вузов. М.: Маска. 2017. С. 52–55.
2. Садовнича А. В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государств // Общество и реформы. 2017. №7. С. 96–109.
3. Садовнича А. В. Кризис: угрозы и возможности. Влияние пандемии на стратегию развития индустрии международных промышленных выставок // Научные труды ВЭО России. 2020. Т. 223. С. 400–405.
4. Симонов К. В. Выставочная индустрия как часть мировой хозяйственной системы // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 2 (42). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vystavochnaya-industriya-kak-chast-mirovoy-hozyaystvennoy-sistemy>.
5. Синеокая А. А. Понятие, классификация и значение ярмарок и выставок // Научный журнал. 2022. № 2. С. 55–58.
6. Сулейманова К. А. Выставочная индустрия за рубежом в 2020 году – анализ и перспективы развития // Московский экономический журнал. 2020. № 6. С. 502–512.
7. Яровая Н. С., Руденко Я. Н., Французов В. А. Россия как сегмент международного рынка выставочных услуг // Молодой ученый. 2015. № 24 (104). С. 632–636.
8. Global Economic Impact of Exhibitions (August 2022). [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/09/OE-UFi\\_Global\\_Exhibitions\\_Impact\\_August\\_2022.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/09/OE-UFi_Global_Exhibitions_Impact_August_2022.pdf)
9. Ramirez C. A. A. San Carlos City, Negros Occidental: Prospects and Perspectives as Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Destination. Philippine Social Science Journal, 2021. 4 (2), P. 90–103.
10. The Exhibition Industry & COVID–19 in the MEA Region. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/10/MEA\\_GOVt\\_SUPPORT\\_Oct\\_2020.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/10/MEA_GOVt_SUPPORT_Oct_2020.pdf)
11. Vdovichena O. G., Vdovichen A. A. Potential of exhibition and fair activity in overcoming regional disproportions: monograph. Chernivtsi, Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNUTE, 2016. 288 p.
12. Vdovichena O. G. Management of development of exhibition-fair activities of border regions in conditions of international cooperation and european integration. Mechanisms of interaction between competitiveness and innovation in modern international economic relations: collective monograph. 2017. Vol. 3. P.109–125.
13. UFI Global Exhibition (2022). [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/02/28th\\_UFI\\_Global\\_Barometer\\_february\\_2022.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/02/28th_UFI_Global_Barometer_february_2022.pdf)
14. 2020. المعارض ودورها في الترويج للتراث الثقافي المحلي، المستودع الرقمي في جامعة جيجل، 2020. [Электронный ресурс]. URL: <http://dspace.univ-jijel.dz:8080/xmlui/handle/123456789/8945>
15. حالة :غرفة التجارة والصناعة مزي بالاغواط. مجلة آفاق للبحوث والدراسات 2019. Vol. 2. № 2, P. 31–43. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125964>

*Статья поступила в редакцию 21.11.2022*