

РЕГУЛИРОВАНИЕ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ И ФОРМА СТРАТЕГИРОВАНИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ОТРАСЛИ (НА МАТЕРИАЛАХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫСТАВОК)

А.В. Садовничая

АО «Экспоцентр», г. Москва, Российская Федерация

Развитие выставочной деятельности в мире, наблюдаемые тренды и процессы свидетельствуют о формировании новой отрасли мировой и национальных экономик, оборот которой превысил в 2016 году 25 млрд долл. Усиливающаяся внутриотраслевая конкуренция, глобализация, освоение игроками новых рынков и интенсивные процессы слияний и поглощений, а также важность выставочных механизмов для реализации государственных приоритетов предопределяют необходимость стратегирования отрасли. Вопрос развития системы стандартов отрасли на базе международных стандартов становится весьма актуальным. Единые правила необходимы участникам выставочно-ярмарочной отрасли в области организации выставочных мероприятий, обеспечения безопасности их проведения, развития кадрового потенциала, расширения инфраструктуры выставочных комплексов. Существующие механизмы государственного регулирования отрасли сильно различаются от страны к стране, зависят от зрелости выставочных процессов в ней, от тех задач, которые государство решает при помощи выставок. Вопросы, обсуждаемые сегодня основными участниками отрасли, их профессиональными объединениями, экспонентами, выбирающими выставки для демонстрации своих продукции и технологий, касаются границ ее саморегуляции. Насколько отрасль нуждается в государственном регулировании? Какова должна быть законодательная, информационная и финансовая поддержка выставочно-ярмарочной деятельности со стороны государства, профессиональных и отраслевых союзов и ассоциаций? Ответы на эти вопросы напрямую связаны с задачей разработки стратегий как системы регулирования, так и развития самой выставочной отрасли. Темы защиты интеллектуальной собственности, специальных режимов ввоза и вывоза экспонатов, налоговых режимов для выставочных комплексов, компенсации затрат участников международных выставок, проведения государством конкурсов для выбора организаторов национальных экспозиций и многие другие находятся в центре внимания. Стратегическая ценность такой деятельности определяется ее функцией драйвера экономики. Для эффективного использования этого механизма недостаточно долгосрочных планов действий. Стратегия отрасли должна формироваться исходя из национальных интересов и тех приоритетов государства, которые могут и должны реализовываться через выставочно-ярмарочную деятельность. Такими приоритетами становятся в числе прочих развитие технологического потенциала страны, цифровизация ее экономики, реализация интересов в сфере международного сотрудничества.

Ключевые слова: стратегические приоритеты, выставочно-ярмарочная деятельность, международная выставка, роль выставок в развитии экономики, государственная поддержка участников выставок, выставочный организатор, выставочная площадка

Ссылка при цитировании: Садовничая А.В. Регулирование и стандартизация как функция и форма стратегирования выставочно-ярмарочной отрасли (на материалах промышленных выставок) // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 3. С. 85–95. DOI: 10.18721/JE.11307

REGULATION AND STANDARDIZATION AS A FUNCTION AND FORM OF STRATEGIZING FOR EXHIBITION AND FAIR INDUSTRY (BASED ON ANALYTICAL STUDIES OF INDUSTRIAL SHOWS)

A.V. Sadovnichaya

JSC Expocentre, Moscow, Russian Federation

Continuing development of the exhibition industry, current trends and processes indicate the formation of a new sector of the global and national economies, with turnover exceeding 25 billion US dollars in 2016. Increasing intrasectoral competition, globalization, players tapping new markets, and intensive mergers and acquisitions, as well as the importance of exhibition mechanisms in implementing state priorities all predetermine the need for sectoral strategy. Developing a system of sectoral standards based on international standards is becoming very urgent. The participants of the exhibition and trade-fair sector require uniform rules in the field of organizing exhibition events, ensuring their security, developing human resources, expanding the infrastructure of exhibition facilities. The existing state regulatory mechanisms for the exhibition and trade-fair sector vary greatly from country to country, depending on the exhibition process maturity and on the issues that the state aims to resolve by means of exhibitions. The key sector participants, their professional associations, and the exhibitors choosing exhibitions to demonstrate their products and technologies now discuss the issues of boundaries of the sector's self-regulation. How much does the sector need state regulation? What kind of legislative, information and financial support for exhibition and trade-fair activities should be provided by the state, professional and sectoral unions and associations? The answers to these questions are directly linked to the task of developing strategies for both the regulatory system and the development of the exhibition industry. The issues of intellectual property protection, special modes of import and export of exhibits, tax regimes for exhibition complexes, compensation of expenses to the participants of international exhibitions, holding state tenders for organizers of national expositions, and many others are in the focus of attention. The strategic value of the exhibition and trade-fair activities is determined by its function of an economy powerhouse. Long-term action plans are not enough to use this mechanism effectively. The sectoral strategy should be formed on the basis of national interests and those state priorities that can and should be implemented by means of the exhibition and trade-fair activities. These priorities include, among others, the development of the country's technological potential, the digitalization of its economy, and the protection of interests in the field of international cooperation.

Keywords: strategic priorities, exhibition and fair activity, international exhibition, role of trade fairs in economic development, state support for exhibitors, exhibition organizer, fairground

Citation: A.V. Sadovnichaya, Regulation and Standardization as a Function and Form of Strategizing for Exhibition and Fair Industry (based on analytical studies of industrial shows), St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics, 11 (3) (2018) 85–95. DOI: 10.18721/JE.11307

Введение. Все отрасли экономики характеризуются и объединяются не только видами продукции и услуг, но и, как следствие, источниками дохода. Компании всех отраслей в той или иной степени потребляют и/или используют услуги выставок и ярмарок, обеспечивая их доходность. Следовательно, и выставки и ярмарки образуют выставочно-ярмарочную отрасль (ВЯО) эконо-

мики. По своим характеристикам эта отрасль относится к третичному сектору экономики и связана практически со всеми производящими и обслуживающими секторами воспроизводственного процесса мировой экономики. Выставки и ярмарки являются одним из самых эффективных способов и форм коммуникации производителей и потребителей товаров и услуг.

Что касается современных международных выставок, то они являются, прежде всего, площадками для демонстрации и продвижения новых технологий и товаров на национальные и международные рынки.

Здесь и далее под «международными выставками» будут пониматься выставки, которые проводятся в формате В2В (англ. «business to business» – тип экономического и информационного взаимодействия субъектов – юридических лиц, работающих на другой бизнес, а не на рядового конечного потребителя) и привлекают экспонентов и посетителей из различных стран.

В силу быстрого становления и развития новой отрасли – экономики знаний выставки начинают служить и продвижению самих научно-технологических идей, имеющих экономическую значимость.

По-прежнему выставочно-ярмарочная отрасль находится под воздействием мировой и национальной экономик, отражает их тренды и является их барометром. В каком бы срезе мы ни изучали динамику международных выставок и в целом ВЯО – региональном, национальном, глобальном, мы сталкиваемся с вполне сложившейся отраслью, оборот которой по итогам 2016 г. составил около 25,5 млрд долл. [1].

Признанный эксперт в выставочной индустрии Йохен Витт (Jochen Witt), бывший

президент Всемирной ассоциации выставочной индустрии УФИ (UFI), анализируя итоги 2016 г., сделал вывод: «несмотря на глобальную экономическую неустойчивость и неопределенность, наша отрасль в очередной раз оказалась очень надежной» [2].

Действительно, крупнейшие международные структуры – организаторы выставок продемонстрировали темпы развития, опережающие динамику глобального валового продукта и темповые индикаторы большинства национальных ВВП [2].

В настоящее время выставочные компании мира подводят итоги своей деятельности за 2017 г., и хотя обобщенной статистики пока еще нет, тем не менее, есть возможность судить о ключевых событиях и трендах минувшего года. Согласно прогнозу AMR International «Globex – глобальный выставочный рынок: оценка и прогноз до 2021 года» мировая выставочная отрасль демонстрирует уверенный рост в среднем на 4 % в год до 2021 г. (рис. 1). Общий размер глобального рынка, проанализированный экспертами AMR, представляет собой совокупность 14 основных географических рынков: США, Китая, Великобритании, Франции, Италии, Бразилия, государств Совета по сотрудничеству стран Персидского залива, России, Гонконга, Турции, Мексики, Индии и Индонезии [3].

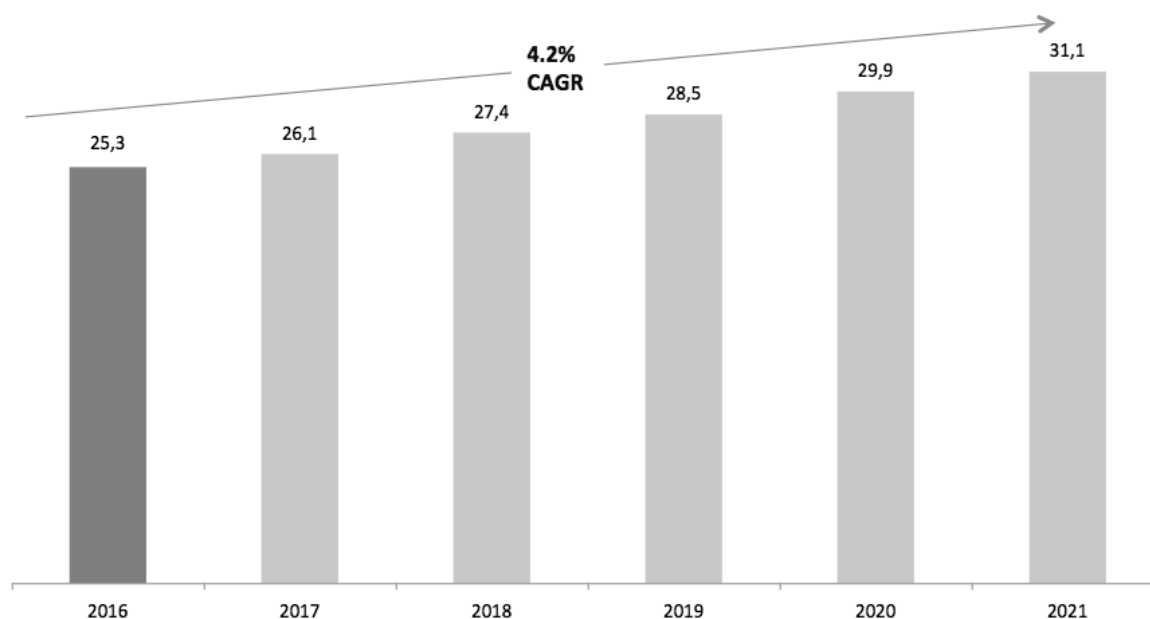


Рис. 1. Глобальный прогноз по рынку, 2016–2021 гг., млрд долл. [3]

Fig. 1. Global forecast for the market, 2016-2021, billion dollars [3]

Выставочно-ярмарочная деятельность (ВЯД) превращается в отрасль мировой и национальных экономик. Для сложившейся и уверенно развивающейся отрасли весьма актуальным представляется вопрос изучения механизмов ее стандартизации и проблем регулирования. К сожалению, сегодня практически отсутствуют публикации, увязывающие воедино эти вопросы и вопросы разработки стратегии ВЯО. Тем не менее, данная проблематика находится в центре дискуссии профессионалов-выставочников, отраслевых ассоциаций и экспонентов промышленных выставок.

Целью данного исследования является анализ трендов выставочной отрасли, текущего состояния ее регулирования, формирования международных и национальных стандартов, а также выявление стратегических потребностей участников выставочного процесса в дальнейшем развитии этих инструментов.

Методика исследования.

Анализ актуальных трендов мировой выставочной отрасли. Согласно отчету Всемирной ассоциации выставочной индустрии «Глобальный барометр выставочной индустрии UFI» «инвесторы вкладывают деньги в расширение выставочных площадей, ожидая дальнейшего роста как в ближайшей, так и в отдаленной перспективе» [4].

В качестве основных трендов ВЯО можно определить:

- диджитализацию;
- исчезновение четких границ между классическими форматами событийных мероприятий – выставками, конгрессами, конференциями;
- рост инвестиций в человеческий капитал (реализация образовательных программ для кадров отрасли, привлечение высокопрофессионального менеджмента из других отраслей);
- усиление внимания к поддержанию необходимого уровня безопасности при проведении выставочных мероприятий в связи со значительным ростом проявлений терроризма и экстремизма в мире.

Стратегирование отрасли также предопределяется усиливающейся внутриотраслевой конкуренцией в связи с выходом на рынок новых участников. Кроме того, важно учитывать, что значительная часть компаний стремится развивать инновационные виды деятельности, разрабатывать эффективные бизнес-модели и внедряться на новые рынки.

Подобного мнения придерживаются и многие национальные объединения выставочников. Так, созданная в 1983 г. в Италии ассоциация AEFI завершила исследование выставочной отрасли и сформировала позитивную прогнозную оценку ее развития на 2018 г. [5].

Стратегическими организационными формами выставок, обеспечивающими их рост в мире во втором десятилетии XXI в., являются, по мнению AEFI, прежде всего, процессы слияния и поглощения, а новыми драйверами их эффективности (помимо выделенной уже диджитализации) служат инновации и глобализация. Это объединение делает акцент на необходимости максимальной поддержки ВЯО со стороны государственных структур для обеспечения конкурентоспособности выставок как формы продвижения экономических интересов на глобальном рынке. По нашему мнению, такое понимание роли ВЯО соответствует стратегическим функциям это новой отрасли.

После относительного снижения объемов и прецедентов слияний и поглощений в 2017 г. было объявлено о целом ряде новых сделок, среди которых приобретение британским выставочным гигантом UBM выставки The Aesthetic Show (с учетом владения рядом изданий в области эстетической медицины UBM, что позволило сформировать в своем портфеле целый кластер по этой тематике); MIREC (Мексиканский международный конгресс по возобновляемым источникам энергии) и AIREC (Аргентинский международный конгресс по возобновляемой энергии). Кроме того, у UBM линейка ведущих фармацевтических мероприятий CPhI пополнилась новым проектом CPhI North America, и в 2017 г. на этих мероприятиях по всему миру было зафиксировано около одного миллиона деловых контактов в системе поиска поставщиков [6].

Китайская штаб-квартира немецкой Messe Frankfurt (владельца выставки Automechanica, проходящей в 15 странах, в том числе в России, на площадке Центрального выставочного комплекса Экспоцентр в Москве, приобрела значительную долю Beijing Traders-Link Plus International Exhibition Co Ltd, организатора Automotive Maintenance & Repair Expo (AMR) в Пекине.

В подтверждение зрелости в ВАО тренда слияний и поглощений в начале 2018 г. завершилось слияние таких крупнейших участников выставочного рынка, как компаний Informa и UBM. Общая стоимость активов новой объединенной компании была оценена в 9 млрд фунтов стерлингов, а в ее портфеле зафиксировано свыше 600 выставок и 10 тыс. конференций, проводимых по всему миру [6]. Эта сделка не оставляет надежды на первенство в мировом рейтинге выставочных компаний другому крупному игроку – британской компании Reed Exhibitions.

Выявленные и указанные выше новые для ВАО стратегические формы и/или темпы и масштабы их использования привели к формированию новых отраслевых лидеров и полюсов дальнейшего роста. Так, Deutsche Messe (г. Ганновер) заявила о рекордном уровне продаж в 2017 г. – 357 млн евро, в том числе 63 млн евро выставочный организатор заработал за пределами Германии. Чистая прибыль ожидается компанией на уровне 17 млн евро. Новым масштабным проектом Deutsche Messe стал автосалон в г. Атланта, площадью 34 тыс. м² [7].

Британская ITE Group сообщила о росте продаж до уровня 152,6 млн фунтов стерлингов после трех трудных лет. Свои успехи в 2017 г. новое руководство компании связывает в том числе с улучшением ситуации на российском рынке [8].

IEG (Italian Exhibition Group) заняла по итогам прошедшего года первое место по выручке среди итальянских выставочных организаторов, заработав 129 млн евро [9].

Для Messe München 2017 г. также стал рекордным по многим направлениям: объем продаж группы достиг 327 млн евро, почти на 14 % увеличилось число иностранных профессиональных посетителей выставок этой корпорации. Как информирует Messe München, заработанная прибыль будет направлена двум основным акционерам выставочной компании – городу Мюнхену и земле Бавария в качестве погашения процентов по кредиту на строительство нового выставочного центра [10].

По результатам исследования, проведенного Ассоциацией выставочной индустрии Германии АУМА, около 30 % немецких компаний, участвующих сегодня в выставках, планируют больше инвестировать в этот ка-

нал продвижения как на родине, так и за рубежом в ближайшие два года [11].

Глобализация как тренд ВАО подтверждается ростом масштабов выставочной деятельности на относительно новых рынках в Азии и Латинской Америке. Эту закономерность, по сути, подтверждает и самый авторитетный аналитик выставочной отрасли – консалтинговая компания AMR, которая в своем ежегодном отчете Globex отмечает, что недооцененные рынки Юго-Восточной Азии стали в 2017 г. точками роста для ведущих мировых игроков, которые наращивают там свое присутствие (Reed Exhibitions, UBM, ITE Group, Comexposium, Tarsus, Kцlnmesse и Messe Dusseldorf) [12]. Так, Messe Frankfurt – первая иностранная выставочная компания, вышедшая на рынок Китая, сегодня представлена там командой из 800 специалистов [13].

Соответственно и общая площадь выставочных комплексов в мире продолжает расти – показатель поднялся за последние шесть лет на 7,2 % и достиг в 2017 г. уровня в почти 35 млн м². Самую серьезную динамику демонстрируют выставочные комплексы стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Всего же в мире сегодня свыше 1200 выставочных площадок (половина – в Европе), превышающих по площади 5 тыс. м², 61 объект в мире обладает площадью свыше 100 тыс. м² (в том числе два из них – в России: ЦВК Экспоцентр и Крокус-Экспо) [14]. Итальянская выставочная компания Bologna Fiere – одна из многих, кто заявляет о своих планах по масштабному расширению и модернизации площадки: 100 млн евро инвестиций дадут к 2022 г. дополнительно 140 тыс. м² экспозиционных площадей [15].

Авторитетный Центр исследований выставочной индустрии CEIR (Center for Exhibition Industry Research) опубликовал отчет, содержащий прогноз динамики рассчитываемого им индекса общей эффективности выставочной индустрии. Несмотря на снижение в 2016 г. роста эффективности, испытывающей влияние глобальных макроэкономических трендов, обнадеживающими факторами можно считать рост таких показателей, как число экспонентов и объем нетто площади. По предварительным данным CEIR за 2017 г. темпы роста индекса достигнут 2,5 %, а в 2018–2019 гг. годах увеличатся до 2,8 % [16].

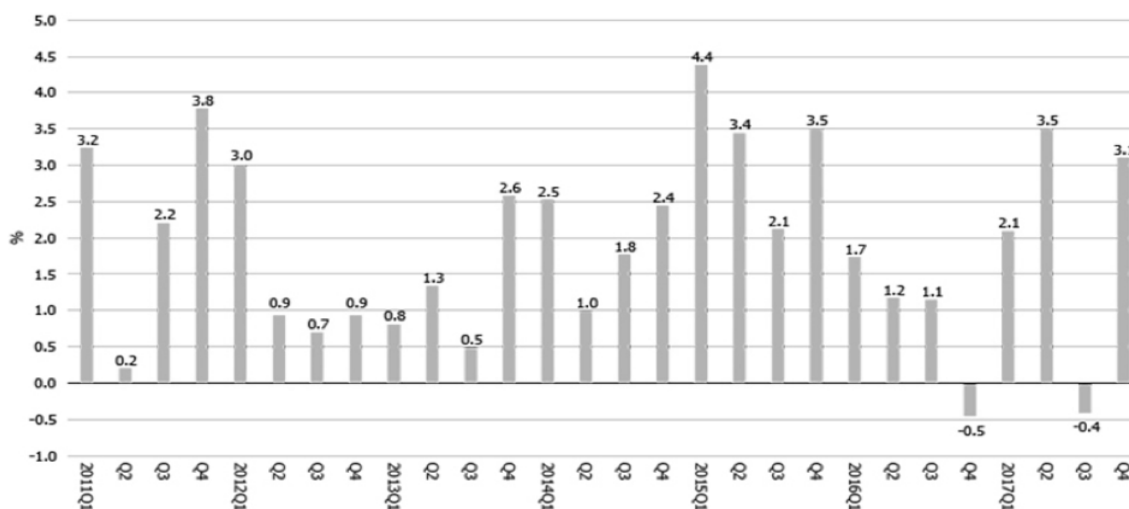


Рис. 2. Общий индекс CEIR для выставочной индустрии, I кв. 2011 – IV кв. 2017

Fig. 2. The general index of CEIR for the exhibition industry, I square. 2011 – IV square meters. 2017

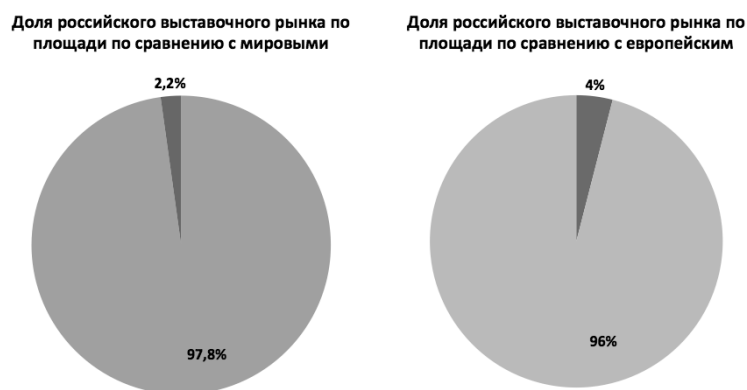


Рис. 3. Доля российского выставочного рынка по площади в 2017 г. [18]

Fig. 3. The share of the Russian exhibition market by area in 2017 [18]

Благодаря усилению конкуренции внутри выставочно-ярмарочной отрасли, возрастают как возможности экспонентов выставок и их ориентация на поиск, так и объем используемых все более инновационных решений и платформ адресного привлечения внимания к экспонатам. Конкуренцию называют главной и актуальной проблемой также выставочные операторы и лидеры площадок в Китае, Вьетнаме, Южной Корее, Германии и Индии [17].

Стратегический анализ российского выставочно-ярмарочного рынка. Согласно экспертным оценкам после достаточно сложного периода стагнации, российский выставочный рынок в 2017 г. должен был вступить в фазу роста, и анализ соотношения показателей 2016 и 2017 гг. подтвердил эти прогнозные оценки. Динамика основных индикаторов ВЯО также дает основания ожидать дальнейшей благоприятной конъюнктуры при условии сохранения

тренда на улучшение макроэкономической обстановки на глобальном рынке [1].

Объем российского выставочного рынка в 2017 г. достиг, по операторам – членам Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), 31,8 млрд р. За этот период было проведено около 800 международных выставок с участием 100 тыс. экспонентов из 117 стран мира. На стендах участников этих российских выставок приняли участие в бизнес-переговорах около 7,5 млн профессиональных посетителей.¹

В 2017 г. также демонстрировался некоторый рост этих показателей: общая выставочная площадь российских комплексов по данным UFI превысила в 2017 г. 768 тыс. м², что составляет 2,2 % от глобальной и 4 % от европейской выставочных площадей [18] (рис. 3).

¹ Отчет РСВЯ за 2016 год. URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=242> (дата обращения: 27.04.2018).

Формирование системы стандартов выставочно-ярмарочной отрасли. Международные, государственные и отраслевые стандарты и другие формы регулирования направлены на создание единых нормативных условий и правил функционирования любой отрасли.

Регулирование и теоретически и нормативно (в частности, в соответствии с Федеральным законом РФ «О техническом регулировании»)² – широкая категория. Оно отражает характер воздействия субъекта управления, включая в числе ряда других форм стандарты как более влиятельные, чем регламенты. Теоретически регламенты характеризуют, прежде всего, процессы производства товаров и представления услуг с точки зрения удовлетворения прав их потребителей, и уже в силу этого они, безусловно, относятся и к ВЯД. Если техническое регулирование обязательно к применению, то стандарты во многих случаях принимаются к исполнению как добровольные обязательства.

Поскольку национальные стандарты как правило соответствуют требованиям международных, то и любые национальные стандарты в ВЯО должны соответствовать международным. Федеральный закон РФ «О стандартизации»,³ действующий с 1993 г. и уточненный в 2003 г., сделал возможным использование как обязательных стандартов, так и регулирующих условий. Поэтому в ВЯО, как в новой отрасли, нужна общая платформа для разработки национальных отраслевых стандартов и регуляций ВЯД. Это – в интересах экспонентов и потребителей экспонируемых товаров и услуг.

Подготовка стандартов, специфических для ВЯО, требует обеспечения систематизации, унификации и однозначности в трактовке всех основных элементов технологии услуг ВЯД как для экспонентов, так и для посетителей. Реализация этого принципа стандартизации ВЯД возможна в числе других методов на основе унификации и агрегирования основных услуг, представляемых ВЯД.

² О техническом регулировании: Федер. закон № 184-ФЗ от 27.12.2002 г. (ред. от 29.07.2017 г.) // Российская газета. 2002. № 256.

³ О стандартизации в Российской Федерации: Федер. закон № 162-ФЗ от 29.06.2015 г. (ред. от 05.04.2016 г.) // Российская газета. 2015. № 144.

К 2018 г. мировая выставочная отрасль претерпела существенные качественные изменения: сформировались новые полюсы роста, ряд которых локализован в России, где идут также интенсивные процессы слияния и поглощения, распространяются лучшие практики. Эти процессы особенно явственны в сфере выставочного менеджмента на формирующихся рынках, к которым принадлежит и Россия [20]. Российская выставочная отрасль при ее относительно небольших объемах претерпевает качественные изменения: детализируется ее регулирование на основе принятия новых отраслевых и региональных подзаконных актов, выработки стандартов подготовки профессиональных кадров, новых организационных форм и методов взаимодействия экспонентов и профессиональных посетителей.⁴

Регулирование и стандартизация – два качественно отличающихся процесса. Если под регулированием понимается, прежде всего, усиление и развитие функций государственной правовой, экономической и технологической поддержки ВЯД, то стандартизацией наряду с уполномоченными международными и государственными структурами (при координирующей роли Росстандарта), несомненно, должны заниматься профессиональные сообщества – объединения как собственно выставочников, прежде всего, УФИ (UFI – глобальная ассоциация организаторов и владельцев национальных и международных выставок и различных выставочных объединений, а также их партнеров), так и компаний (вне зависимости от формы их собственности) и предпринимателей. В координации этих процессов особая функция осуществляется РСВЯ и Торгово-промышленной палатой РФ.

⁴ Об утверждении правил предоставления из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Российский экспортный центр» на финансирование части затрат, связанных с продвижением высокотехнологичной, инновационной и иной продукции и услуг на внешние рынки: Постан. Правительства РФ № 488 от 24.04.2017 г. URL: <https://government.consultant.ru/documents/3717413> (дата обращения: 27.04.2018); Перечень ключевых конгрессно-выставочных мероприятий и деловых миссии в 2017–2018 гг. URL: <https://www.exportcenter.ru/company/documents/Перечень%20ключевых%20конгрессно-выставочных%20мероприятий.pdf> (дата обращения: 27.04.2018).

Вопросы же регулирования относятся скорее к компетенции государства, которое заинтересовано в развитии ВЯО как механизма, упрощающего диалог между национальными товаропроизводителями и потенциальными потребителями этого товара внутри страны и за ее пределами.

В декабре 2008 г. Международной организацией стандартизации (ISO – International Organization for Standardization) был утвержден первый международный стандарт проведения выставок, ярмарок и трансграничных событийных мероприятий – ISO 25639:2008. Он регулирует выставочную терминологию (ISO 25639-1 [21]) и статистическую отчетность в этой отрасли (ISO 25639-2:2008 [22]).

По нашему мнению эти стандарты улучшили взаимопонимание и доверие в этой сфере, объединили ее участников, типизировали и классифицировали выставки и их организаторов и сущностно способствовали превращению ВЯД в единую отрасль мировой и национальных экономик. Неслучайно сертификация выставочного оператора по стандартам ISO является неотъемлемым условием допуска его к организации российских экспозиций за рубежом с привлечением государственного финансирования.

Однако эти стандарты охватывают лишь узкий сегмент проблем ВЯД. Это неоднократно подчеркивалось и самими международными и национальными организаторами ВЯД и их объединениями и ассоциациями. Так, в феврале 2013 г. на совместном рабочем совещании в Лондоне ведущей британской компании в сфере стандартизации (BSI – British Standards company) и ISO отмечалось отставание стандартизации и регулирования в сфере ВЯД, в сравнении с другими отраслями экономики [23].

На этом же совещании была намечена программа деятельности по ликвидации отставания в ВЯО. Необходимо отметить, что за полгода до этого совещания ISO закончила длительную разработку и утвердила в июне 2012 г. новый международный стандарт ISO 20121:2012, направленный непосредственно на стандартизацию управления различными выставками, ярмарками и другими международными мероприятиями (Event sustainability management systems – Requirements with guidance for use). Этот стандарт нацелен на

снижение негативного влияния и усиления позитивного имиджа и воздействия всех локальных и международных мероприятий [24].

Вместе с тем предложение ISO по выработке единых стандартов для выставочной отрасли не нашло поддержки среди членов UFI. На заседании Комитета ассоциаций UFI, которое состоялось в середине ноября 2016 г. в Шанхае, данная инициатива поддержана не была.

Происходят изменения и в процессах российской государственной стандартизации индустрии. В России к 2008 г. разработан и введен в действие Национальный стандарт «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения».⁵ Приказом Росстандарта № 2042-ст от 21.12.2017 г. утверждены изменения к национальному стандарту «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения».⁶ Изменения коснулись разделов, описывающих основные цели отрасли, технические требования к выставочным комплексам, требования к выставочным операторам – организаторам российской выставочной экспозиции за рубежом с государственной финансовой поддержкой. Приказом № 550-ст Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11 июня 2014 г. межгосударственный стандарт ГОСТ 32608–2014 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» введен⁷ в действие в качестве национального стандарта России с 1 июля 2017 г.

Итак, стандартизация ВЯО в России существует на достаточно детальном уровне, но вместе с тем нет ее полной интеграции и увязки с системой международных стандартов ISO.

Законодательная поддержка выставочно-ярмарочной отрасли. К 2018 г. в Российской Федерации принято и действует более 200 законодательных актов общего характера, регу-

⁵ Национальный стандарт «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=60918> (дата обращения: 27.04.2018).

⁶ Об утверждении изменения к национальному стандарту Российской Федерации: Приказ Росстандарта № 2042-ст от 21.12.2017 г. URL: <http://docs.cntd.ru/document/556219614> (дата обращения: 27.04.2018).

⁷ Межгосударственный стандарт ГОСТ 32608–2014 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200111315> (дата обращения: 27.04.2018).

лирующих ВЯО, начиная с основополагающих кодексов (Гражданского, Налогового, Таможенного). К определяющим функционирование ВЯО актам относятся и многие федеральные законы, регламентирующие экспорт, валютный контроль, маркетинг и рекламу, поддержку малого и среднего предпринимательства, использование товарных знаков и др.

Законотворческий процесс, активно проводимый и поддерживаемый Торгово-промышленной палатой РФ, привел к принятию Правительством России 10 июля 2004 г. Распоряжения № 1273-р, одобряющего «Концепцию развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Логичным завершением этого процесса, по нашему мнению, мог бы стать всеобъемлющий федеральный закон, определяющий права и обязанности всех субъектов выставочной деятельности в стране и, самое главное, обозначающий национальные интересы и приоритеты государства, реализуемые через функции и роль ВЯО России.

Тем не менее, к 2018 г. столь, на наш взгляд, жизненно необходимый закон не принят. Конечно, мнения экспертов о целесообразности принятия такого федерального закона не во всем совпадают, но противников его принятия под воздействием явных пробелов в регулировании ВЯО становится все меньше. Подобный закон учитывал бы специфику отрасли, защищал интересы ее субъектов, определял стратегию развития ВЯО, исходя из ценностей и предпочтений россиян, субъектов хозяйствования и национальных интересов государства.

Результаты исследования. Поскольку ВЯО — это формирующаяся новая экономическая отрасль, то и основные сущностные оценки ее стратегической перспективы также лишь формируются. Лидерам и стратегам любого субъекта выставочной деятельности важно выявить и сформулировать те ценности и интересы, реализации которых выставочно-ярмарочная деятельность может оказывать содействие. Нужно обосновывать те приоритеты, обеспеченные конкурентными преимуществами, продвижению которых ВЯО может и призвана способствовать.

Как и в процессах стратегирования развития любой отрасли, региона и корпорации,

важно и нужно декомпозировать обоснованные приоритеты в цели конкретных выставок и ярмарок. Каждая из принятых целей может быть достигнута лишь при обязательном условии обеспечения программ и проектов их реализации всеми видами необходимых ресурсов. При этом детерминирующим фактором ресурсного обеспечения, как теоретически обосновано, является фактор времени [19]. Выставочно-ярмарочные события и мероприятия, не обеспеченные ресурсами, скорее, могут принести лишь имиджевый ущерб и экономические убытки экспонентам и организаторам.

Возрастающая конкуренция в ВЯО еще более актуализирует необходимость не только разработки и реализации стратегий, но и выработки единых правил и принципов разработки стандартов и регуляций выставочной индустрии.

Выводы. Стратегической экономической функцией ВЯО является ее роль в качестве драйвера экономики. Для создания же собственной стратегии отрасли необходимо ответить на ряд вопросов: существует ли необходимость выработки стандартов как «правил игры» субъектов ВЯО? Назрела ли необходимость обеспечения взаимосвязи между государственными, отраслевыми, региональными и корпоративными стратегическими приоритетами экономического развития и ВЯО, а также продвижение этих приоритетов через поддержку выставок и ярмарок? Каков должен быть механизм саморегуляции ВЯО, каковы целесообразные границы государственного регулирования?

Для эффективной регуляции ВЯО необходимо разработать стратегию: определить те интересы государства и основные приоритеты, которые, в первую очередь, должны утверждаться в повестке деятельности ВЯО.

Выставочно-ярмарочная отрасль, как и любая другая отрасль экономики, призвана отражать и способствовать реализации интересов субъектов выставочно-ярмарочной деятельности. В нашей стране в масштабах государства — это национальные интересы России.

Все вышеописанное требует стратегии как развития системы регулирования, так и развития самой отрасли.

Направлениями дальнейших исследований может стать оценка современного состояния механизмов информационной и финансовой поддержки выставок со стороны государства и его субъектов, сопоставление зарубежного опыта в этой области с российским. Рассмотрение таких форм регулирования национальной ВЯО, как патронат промышленных выставок со стороны Торгово-промышленной палаты РФ, включение при-

оритетных выставочных мероприятий в программы федеральных министерств и ведомств, оказание компенсационной помощи экспонентам выставок, поддержка Российским экспортным центром. Следствием проведенного анализа должна стать выработка рекомендаций по направлениям развития стратегических форм регулирования и поддержки отрасли, базирующихся на лучших практиках ВЯД.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] AMR Globex 2016. The global exhibition organizing market: assessment and forecast to 2020. URL: <https://www.amrinternational.com/product/globex-2016/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [2] **Йохен Витт**. Обзор выставочной отрасли от JWC: Германия, Бразилия, Африка, Турция, Испания, Россия и Китай. URL: https://www.expoclub.ru/press/37736/Jochen_Witt (дата обращения: 27.04.2018).
- [3] Globex предсказал 4 % рост глобального выставочного рынка. URL: <https://expoclub.ru/press/40722/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [4] Прогнозы Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) на 2018 год. URL: <https://www.kp.md/daily/26783.4/3810563/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [5] AEFI: 35 Years supporting the Italian trade fair system. URL: <http://www.aefi.it/Aefi/site/en/news/dettaglio-news?id=8041> (дата обращения: 27.04.2018).
- [6] Сайт Informa. URL: <http://www.ubm.com/news?2018=2017> (дата обращения: 27.04.2018).
- [7] URL: <http://www.messe.de/en/news/news/new.s.xhtml> (дата обращения: 27.04.2018).
- [8] URL: <http://www.ite-expo.ru/news.aspx> (дата обращения: 27.04.2018).
- [9] URL: <https://en.iegexpo.it/ieg-press> (дата обращения: 27.04.2018).
- [10] URL: <https://messe-muenchen.de/de/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [11] URL: <http://www.auma.de/de/Messemarkt/B ranchenkennzahlen/Seiten/Default.aspx> (дата обращения: 27.04.2018).
- [12] Юго-Восточная Азия – новое направление для международных организаторов. URL: <https://www.expoclub.ru/press/43130/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [13] **Ойген Аллес**. Выставочные компании – это такой маленький рефлектор индустрии. URL: <http://www.rusexporter.ru/research/ved/4920/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [14] URL: <http://www.ufi.org/news-media/media-releases/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [15] URL: <http://www.bolognafiere.it/news/> (дата обращения: 27.04.2018).
- [16] 2017 CEIR Index Report: An Analysis of the 2016 Exhibition Industry and Future Outlook.
- [17] Barometr UFI. 20th Edition.
- [18] World Map of Exhibition Venues. 2017 Edition. January 2018. URL: http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf (дата обращения: 27.04.2018).
- [19] **Kvint V.** Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. N. Y., London: Routledge, 2015. P. 117–122.
- [20] **Квинт В.Л.** Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке. М.: Бизнес Атлас, 2012. С. 258.
- [21] Exhibitions, shows, fairs and conventions – Vocabulary URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (дата обращения: 27.04.2018).
- [22] Exhibitions, shows, fairs and conventions – Measurement procedures for statistical purposes. URL: <https://www.iso.org/news/2008/12/Ref1189.html> (дата обращения: 27.04.2018).
- [23] Standards and regulations: how can standards work alongside policies and regulations? Workshop, 7 February 2013. BIS Conference Centre, London. URL: <https://www.bsigroup.com/LocalFiles/en-GB/about-bis/NSB/BSI-policy-report-standards-and-regulations-lr-UK-EN.pdf> (дата обращения: 27.04.2018).
- [24] New ISO 20121 standard for sustainable events management. URL: <https://www.iso.org/news/2012/06/Ref1598.html> (дата обращения: 27.04.2018).
- [25] SACE, SIMEST и AEFI в авангарде интернационализации итальянских выставок. URL: <https://www.expoclub.ru/press/40276/> (дата обращения: 27.04.2018).

САДОВНИЧАЯ Анна Викторовна. E-mail: avsadov@gmail.com

Статья поступила в редакцию 17.05.2018

REFERENCES

- [1] AMR Globex 2016. The global exhibition organizing market: assessment and forecast to 2020. URL: <https://www.amrinternational.com/product/globex-2016/> (accessed April 27, 2018).
- [2] J. Vitt, Obzor vystavochnoj otrasli ot JWC: Germaniya, Braziliya, Afrika, Turciya, Ispaniya, Rossiya i Kitaj. URL: <https://www.expoclub.ru/press/37736/> Jochen Witt (accessed April 27, 2018).
- [3] Globex predskazal 4 % rost global'nogo vystavochного рынка. URL: <https://expoclub.ru/press/40722/> (accessed April 27, 2018).
- [4] Prognozy Vsemirnoj associacii vystavochnoj industrii (UFI) na 2018 god. URL: <https://www.kp.m d/daily/26783.4/3810563/> (accessed April 27, 2018).
- [5] AEFI: 35 Years supporting the Italian trade fair system. URL: <http://www.aefi.it/Aefi/site/en/news/dettaglio-news?id=8041> (accessed April 27, 2018).
- [6] Sajt Informa. URL: <http://www.ubm.com/news?2018=2017> (accessed April 27, 2018).
- [7] URL: <http://www.messe.de/en/news/news/news.xhtml> (accessed April 27, 2018).
- [8] URL: <http://www.ite-expo.ru/news.aspx> (accessed April 27, 2018).
- [9] URL: <https://en.iegexpo.it/ieg-press> (accessed April 27, 2018).
- [10] URL: <https://messe-muenchen.de/de/> (accessed April 27, 2018).
- [11] URL: <http://www.auma.de/de/Messemarkt/Branchenkennzahlen/Seiten/Default.aspx> (accessed April 27, 2018).
- [12] Yugo-Vostochnaya Aziya – novoe napravlenie dlya mezhdunarodnyh organizatorov. URL: <https://www.expoclub.ru/press/43130/> (accessed April 27, 2018).
- [13] Ojgen Alles, Vystavochnye kompanii – eto takoj malen'kij reflektor industrii. URL: <http://www.rusexporter.ru/research/ved/4920/> (accessed April 27, 2018).
- [14] URL: <http://www.ufi.org/news-media/media-releases/> (accessed April 27, 2018).
- [15] URL: <http://www.bolognafiere.it/news/> (accessed April 27, 2018).
- [16] 2017 CEIR Index Report: An Analysis of the 2016 Exhibition Industry and Future Outlook.
- [17] Barometr UFI. 20th Edition.
- [18] World Map of Exhibition Venues. 2017 Edition. January 2018. URL: http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf (accessed April 27, 2018).
- [19] V. Kvint, Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. N. Y., London: Routledge, 2015. P. 117–122.
- [20] V.L. Kvint, Strategicheskoe upravlenie i ekonomika na global'nom formiruyushchemsya rynke. Moscow, Biznes Atlas, 2012. S. 258.
- [21] Exhibitions, shows, fairs and conventions – Vocabulary URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (accessed April 27, 2018).
- [22] Exhibitions, shows, fairs and conventions – Measurement procedures for statistical purposes. URL: <https://www.iso.org/news/2008/12/Ref1189.html> (accessed April 27, 2018).
- [23] Standards and regulations: how can standards work alongside policies and regulations? Workshop, 7 February 2013. BIS Conference Centre, London. URL: <https://www.bsigroup.com/LocalFiles/en-GB/about-psi/NSB/BSI-policy-report-standards-and-regulations-lr-UK-EN.pdf> (accessed April 27, 2018).
- [24] New ISO 20121 standard for sustainable events management. URL: <https://www.iso.org/news/2012/06/Ref1598.html> (accessed April 27, 2018).
- [25] SACE, SIMEST i AEFI v avangarde internacionalizacii ital'yanskih vystavok. URL: <https://www.expoclub.ru/press/40276/> (accessed April 27, 2018).

SADOVNICHAYA Anna V. E-mail: avsadov@gmail.com