

Выставочная деятельность в ОАЭ

Ирина Фирдависовна МАЛИКОВА,

Всероссийская академия внешней торговли (119285, Москва, Воробьевское шоссе, д.6А) - студент 1 курса магистратуры, факультет экономистов-международников, ООО «НИССА ДИДЖИСПЕЙС» (123290, г. Москва, Мукомольный проезд, д. 4А, стр.2; тел: +7 (495) 956-7770) – менеджер по закупкам, e-mail: malikova.i.f@mail.ru,

УДК 339.5
ББК 65.428
М-190

Анастасия Александровна КАЛЁНОВА

Всероссийская академия внешней торговли (119285, Москва, Воробьевское шоссе, д.6А) - студент 1 курса магистратуры, факультет экономистов-международников, Минэкономразвития России (125039, г. Москва, Пресненская наб., д. 10, стр. 2) – главный специалист-эксперт отдела стран АСЕАН Департамента многостороннего экономического сотрудничества и специальных проектов, e-mail: aakalyonova@gmail.com,

Наталья Юрьевна РОДЫГИНА,

доктор экономических наук, профессор, Всероссийская академия внешней торговли (119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6а) - профессор кафедры международной торговли и внешней торговли РФ, e-mail: nataliarodugina@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные ключевые факторы положительного влияния на деятельность и репутацию национальных компаний, нацеленных на выход на зарубежные рынки, от участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Выявлены наиболее масштабные направления рассматриваемой деятельности. Сделан вывод о смещении мировых центров выставочно-ярмарочной индустрии в сторону Объединённых Арабских Эмиратов (ОАЭ). Освещены отдельные выставки, проводимые в ОАЭ, в которых активное участие принимают российские компании, в том числе под единым брендом «made in Russia». Сделан акцент на помощи РЭЦ российским экспортерам в выставочно-ярмарочной деятельности.

Ключевые слова: международные выставки, конгрессы, выставочно-ярмарочная деятельность, Дюссельдорф, РЭЦ, Российский экспортный центр, Минпромторг, ОАЭ, Дубай, Абу-Даби.



Exhibition activities in the UAE

Irina Firdavisovna MALIKOVA,

Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, Vorob'evskoe shosse, 6A) -

1 year master student, Faculty of International Economics,

NISSA DISPECIFIC LLC (123290, Moscow, Mukomolny proezd, 4A, p. 2;

phone: +7 (495) 956-7770) - purchasing manager, e-mail: malikova.i.f@mail.ru,

Anastasiya Aleksandrovna KALYONOVA,

Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, Vorob'evskoe shosse, 6A)- 1 year master student, Faculty of International Economics,

Ministry of Economic Development of Russia (105039, Moscow, Presnenskaya Emb., 10, p. 2) -

Chief Specialist-expert, Department of ASEAN countries, Department of Multilateral Economic Cooperation and special projects, e-mail: aakalyonova@gmail.com,

Natal'ya Yur'evna RODYGINA,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow,

Vorob'evskoe shosse, 6A) - Department of international trade and foreign trade of the RF -

Professor, e-mail: nataliarodugina@mail.ru

Abstract

This article discusses the major key factors of positive influence on the activity and reputation of the national companies aimed at penetration into the foreign markets due to participation in exhibitions and fairs. It deals with most large-scale areas of the activity. It is concluded that the world centers of the fair industry is changing to the UAE. The article covers some exhibitions held in the Emirates in which Russian companies are actively involved, including common brand "made in Russia". Attention is drawn to assistance of REC to Russian exporters in exhibition activities.

Keywords: international exhibitions, congresses, exhibition and trade fair activities, Dusseldorf, REC, Russian Export Center, Ministry of Industry and Trade, UAE, Dubai, Abu Dhabi.

В современном мире интенсивное развитие процессов интернационализации и глобализации, а в последнее время и регионализации, образование ВТО, подписание многочисленных региональных торговых соглашений приводит к тому, что всё больше и больше государств и, соответственно, национальных компаний включаются в многостороннюю торговую систему. Такие явления в экономике приводят к заметному увеличению числа игроков на мировом рынке, а значит, и росту конкуренции между ними.

Национальные правительства стран-членов международной экономической системы и компании разрабатывают механизмы по улучшению показателей конкурентоспособности своей продукции, каждый в силу своих полномочий. Пер-



вая сторона вырабатывает стратегии развития экспорта, предоставляет субсидии, гранты и льготное финансирование компаниям в ведущих или стратегически важных отраслях, следит за недопущением применения антидемпинговых и иных мер «нечестной торговли», вторая – разрабатывает свои маркетинговые кампании по продвижению продукта или услуги, в том числе через электронные площадки, совершенствует качество и развивает уникальные элементы для своего продукта или своей услуги. Кроме того, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса проводятся выставочно-ярмарочные мероприятия.

Выставка – это уникальная площадка для обмена контактами между производителями, дистрибьюторами и конечными потребителями. Для бизнеса участие в выставке предоставляет возможность одновременно решать множество задач: сбытовых, производственных, маркетинговых, рекламных, имиджевых, коммуникационных¹. У компаний есть возможность наглядно продемонстрировать свою продукцию, установить тёплые контакты с потенциальными клиентами и лучше узнать их запросы и требования. Кроме того, выставки позволяют компаниям повысить лояльность к своим брендам. Участники подобных мероприятий внушают потребителям доверие и надежность. Для потенциальных клиентов выставка удобна тем, что в одном месте сконцентрированы многие игроки рынка, демонстрирующие одновременно свой продукт. Такой подход позволяет делать более осознанный выбор покупателю, а продавца заставлять повышать конкурентоспособность своих товаров и услуг.

Особую роль выставочно-ярмарочные мероприятия играют для компаний, желающих выйти на зарубежные рынки. Такие площадки позволяют местным потребителям лучше познакомиться с иностранными поставщиками, а представителям компаний, в свою очередь, в ходе беседы с потенциальными клиентами собрать информацию об их предпочтениях и учесть это для дальнейшей модернизации товара или услуги на локальном рынке. Такие мероприятия особенно важны для компаний, не имеющих опыта в экспорте своей продукции и не обладающих достаточными сведениям о мировой конъюнктуре.

Также стоит отметить, что представители компаний участвуют в выставочно-ярмарочных мероприятиях и потому, что это один из самых недорогих и при этом высокоэффективных видов рекламы своего продукта или услуги. К тому же подобные мероприятия позволяют одновременно с рекламой и обменом контактами на месте подписывать выгодные контракты. Словом, это один из важных источников привлечения новых инвестиционных потоков в собственный бизнес.

Нужно признать, что в ходе активизации участия национальных компаний в выставочно-ярмарочной деятельности в условиях глобализации товарных рынков, главенствующая роль принадлежит государству, которое, являясь важным регулятором экономических процессов, способствует улучшению международного имиджа, повышению конкурентоспособности², увеличению экспорта отечествен-

ной продукции, привлечению инвестиций в экономику, а также поиска деловых партнеров, организации совместных предприятий.

Выставочная деятельность начала зарождаться в Европе. Крупнейшей мировой выставочной площадкой является площадка, расположенная в г. Дюссельдорф, Германия. Такому рейтингу способствовали несколько факторов: удобное географическое положение (например, именно у Дюссельдорфа есть прямые рейсы практически во все направления мира); развитая инфраструктура страны, а также логичная и понятая организация, что располагает участников выставок к себе. Согласно изданию EURO Fair Statics, в 2017 году здесь было проведено 16 всемирно известных мероприятий, которые в совокупности посетили 26 856 человек, среди которых 75% – иностранные гости. Для сравнения: в Берлине было проведено 7 мероприятий, посещаемость – 14 331 человек (72% иностранцев), в Мюнхене прошло 14 конгрессов и выставок, где посещаемость была 18 887 человек (52% иностранцев). По некоторым городам других стран статистика выглядит следующим образом:

- г. Бордо: 23 мероприятия, 5 162 посетителя (19% иностранцев);
- г. Москва: 81 мероприятие, 31 258 посетителей (38% иностранцев);
- г. Краков: 15 мероприятий; 2 689 посетителей (24 % иностранцев);
- г. Утрехт: 22 мероприятия; 5 369 посетителей (14% иностранцев).

Представленная выше статистика демонстрирует следующее: несмотря на то, что в целом в других городах количество мероприятий за год больше количества таковых в Дюссельдорфе, доля иностранных посетителей в нем превышает две трети, тогда как во многих других местах не превышает и половины. Такой факт означает, что именно Дюссельдорф является наиболее привлекательной площадкой для иностранных предпринимателей, принимающих участие в подобных мероприятиях с целью дальнейшего выхода на зарубежные рынки.

В ходе выставочно-ярмарочных мероприятий были представлены товары и услуги страны по разным секторам экономики, но при этом посетителей больше всего интересовали выставочно-ярмарочные мероприятия по таким направлениям, как: «Досуг, хобби и развлечения» (которые занимали 14% от всех выставок и 13% выставочной площади) «Текстиль, одежда, мода» (8% от всех выставочно-ярмарочных мероприятий и 7% выставочной площади) «Пищевые продукты и напитки» и «Гостиничный бизнес» (выставки этого направления занимали 8% от всех мероприятий и 6% выставочной площади) и другие направления.

Несмотря на высокие статус и репутацию Дюссельдорфа, в последние годы всё более значимыми становятся города Дубай и Абу-Даби в ОАЭ. Их популярность в качестве центров международной выставочной деятельности обусловлена развитой инфраструктурой, благоприятной обстановкой в политическом, социальном и экономическом аспектах, а также разнообразием возможного досуга. Выста-



вочные мероприятия в ОАЭ посвящены самым различным направлениям. Здесь можно найти решения гибкого и автоматизированного управления грузопотоками в производстве и транспорте (Materials Handling & Logistics), попробовать разнообразные «здоровые» блюда на крупнейшей выставке B2B мировой халяльной продукции (Halal Expo – DUBAI), примерить новейшие коллекции очков, увидеть последние достижения в офтальмологии и оптометрии (Vision-X Dubai), погрузиться в мир света и звука, в индустрию развлечений от ведущих поставщиков и интеграторов отрасли (Prolight + Sound Middle East 2019) и многое другое.

Отдельного внимания заслуживает шестимесячная Всемирная выставка, которая проходит каждые 5 лет в разных странах. В 2020 году (с 20 октября 2020 г. по 10 апреля 2021 г.) центром выставки станет Дубай, как победитель голосования на генеральной ассамблее Международного бюро выставок (МБВ) в 2013 году. Лозунг мероприятия – «Объединяя разум, создаем Будущее» – делает акцент на важности совместного вклада всех народов в развитие прогресса. Ожидается, что Экспо-2020 посетит 25 миллионов гостей, 70% которых будет из-за рубежа. Таким образом, выставка станет первой в истории World Expo, где большинство посетителей будут иностранцами³. Несомненно, ЭКСПО-2020 принесет немалый вклад в экономическое развитие эмирата. По некоторым оценкам, доход от выставки составит 24 миллиарда долларов США⁴.

В России в 2015 г. в помощь российским экспортерам был создан Российский экспортный центр (АО «Российский экспортный центр», РЭЦ)⁵. Данный государственный институт поддержки несырьевого экспорта предоставляет отечественным экспортерам финансовые и нефинансовые меры поддержки. Согласно итогам, подведенным центром за 2018 г., 12,5% от общего российского несырьевого неэнергетического экспорта (около 19 млрд руб.) составили финансовые меры поддержки экспорта, предоставленные РЭЦ⁶. В широкий спектр услуг входит в том числе финансовая и информационная помощь в содействии участию отечественных компаний в зарубежных выставках и ярмарках. Эта мера поддержки является частью программы продвижения российских товаров и услуг под единым страновым брендом «Made in Russia»⁷.

Заявки на участие в международном конгрессно-выставочном мероприятии принимаются как от малого и среднего бизнеса, производящего высокотехнологичную продукцию или продающего ее, так и от крупных игроков рынка. В первом случае РЭЦ финансирует не более 80% участия в мероприятии, а остальные 20% расходов лежат на компании, во втором случае затраты делятся поровну: не более 50% финансируются за счет РЭЦ, остальное – за счет компании⁸. При таком раскладе РЭЦ берет на себя заботы по организации выставочных стендов, которые, как ожидается, посетят потенциальные иностранные покупатели. Сюда входят в том числе аренда выставочных площадей и монтаж выставочных стендов, орга-

низация доставки образцов продукции до места проведения мероприятия, распространение информации, проведение двусторонних и многосторонних встреч и переговоров с зарубежными партнерами и ряд других.

Российские компании активно принимают участие в выставках, проводимых в ОАЭ. К примеру, в рамках объединенного стенда «Made in Russia» на международной выставке и конгрессе по медицине и фармацевтике ARAB HEALTH в прошлом году свои технологии и продукцию представили 23 российские компании. Среди них производители многопрофильного медицинского оборудования, компании, специализирующиеся на физиотерапии, кардиологии, онкологии, фитнес-диагностике и спортивной медицине, а также парафармацевтике («Аксион», «МТЛ», «Амико», «Гельтек-Медика», «Кардекс», «Тритон-Электроник», «ОКБ РИТМ» и другие).

Для России регион Персидского залива и Ближнего востока – один из главных направлений продовольственного и аграрного экспорта. На выставке Gulfood в 2018 году было презентовано порядка 100 наименований российской продукции: крупы и масла, бобовые и орехи, мука и макаронные изделия, кондитерские изделия, консервы из овощей и фруктов, мясо и охлажденные мясные изделия, замороженные полуфабрикаты, рыба и икра, натуральные смеси для приготовления готовых блюд. Свой ассортимент в 2019 году будут представлять как крупные компании, так и небольшие предприятия («Мираторг», «Черкизово» и «Ресурс», «Балтика» с безалкогольными напитками, «Нальчикский молочный комбинат» и другие).

Помимо многочисленных производителей и поставщиков товаров и услуг, часто выступающих на мероприятиях под единым брендом «Made in Russia», Россия активно представляет свою высокотехнологичную инновационную промышленную продукцию. Такие мероприятия проходят при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации. Так, например, в 2017 г. российская команда приняла участие в международной авиационно-космической выставке Dubai AirShow, проводимой раз в два года. Нашу страну представляли 35 организаций. В их числе «Ростех», «Вертолеты России», ОАК, в группу компаний которой входят «МиГ», «Компания «Сухой» и концерн ВКО «Алмаз-Антей». На авиашоу можно были продемонстрированы истребители Су-35, а также выступление «Русских витязей». Состоялось множество переговоров, в том числе с партнерами Ближнего Востока, которые традиционно проявляют интерес к отечественным достижениям в области авиации, космоса и военной техники.

Таким образом, видно, что международные конгрессно-выставочные мероприятия являются одним из важнейших инструментов стимулирования спроса иностранных покупателей к отечественным товарам и услугам. Выставки и ярмарки являются сравнительно недорогим, но одним из самых эффективных средств мар-



кетинговых коммуникаций. Благодаря ним у потенциальных партнеров и покупателей формируется определенное представление о продукте или услуге, повышается уровень доверия к компании, а для самого участника выгода заключается в увеличении объемов эффективного сбыта собственных товаров. К стратегическим приоритетам развития выставочно-ярмарочной деятельности в контексте глобализации товарных рынков следует отнести развитие и государственную поддержку профессиональных организаторов мероприятий, совершенствование нормативно-правового регулирования выставочно-ярмарочной деятельности в целом. Перспективы развития национальной выставочно-ярмарочной индустрии определяются экономическим положением страны, а также ее местом на мировой арене. В помощь отечественным экспортерам государство должно создавать специализированные институты, содействующие поиску иностранных покупателей и выходу на новые зарубежные рынки. В России таким институтом является Российский экспортный центр, выступающий в зарубежных выставках и ярмарках под единым брендом «Made in Russia». В настоящее время центром проведения масштабных выставочных и ярмарочных мероприятий становятся ОАЭ. Россия со своей стороны принимает активное участие в ежегодных мероприятиях, проводимых в этой стране.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ В чём ценность выставок? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.euroexpo.ru/articles/v-chyom-cennost-vystavok/> (дата обращения: 08.04.19)

² Родыгина Н.Ю., Матвеев К.М., Ярошенко М.О. Анализ конкурентоспособности экономики России // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. №12 ч.8. С. 997-1002.

³ Экспо 2020 Dubai – всемирная выставка. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://expoclub.ru/db/exhibition/view/expo-2020-dubai/> (дата обращения: 19.04.19)

⁴ ЭКСПО 2020 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://tpp.tj/2018/04/18/ekspo-2020/> (дата обращения: 19.04.2019)

⁵ Правовой статус РЭЦ закреплен принятием федерального закона от 29 июня 2015 года № 185-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О банке развития» и статьей 970 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации».

⁶ Встреча Дмитрия Медведева с генеральным директором Российского экспортного центра Андреем Слепнёвым [Электронный ресурс] режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/company/> (дата обращения: 09.04.19)

⁷ О центре АО «Российский экспортный центр» [Электронный ресурс] режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/company/> (дата обращения: 07.04.19)

⁸ Постановление Правительства РФ от 24 апреля 2017 г. № 488 «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».



БИБЛИОГРАФИЯ:

Федеральный закон от 29.06.2015 N 185-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О банке развития» и статью 970 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс

Постановление Правительства РФ от 24.04.2017 N 488 «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» // СПС КонсультантПлюс

Родыгина, Н.Ю. Анализ конкурентоспособности экономики России / Н.Ю. Родыгина., К.М. Матвеевко, М.О. Ярошенко // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2017. - №12 ч.8. - С. 997-1002.

Международная выставочная компания Евроэкспо. Режим доступа: <https://www.euroexpo.ru>

Международный выставочный портал Expoclub.ru. Режим доступа: <https://expoclub.ru>

Российский экспортный центр. Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru>

Торгово-промышленная палата республики Таджикистан. Режим доступа: <http://tpp.tj>

BIBLIOGRAPHY:

Federal'nyj zakon ot 29.06.2015 N 185-FZ «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon «O banke razvitiya» i stat'yu 970 chasti vtoroj Grazhdanskogo kodeksa Rossijskoj Federacii» (poslednyaya redakciya) // SPS Konsul'tantPlyus

Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 24.04.2017 N 488 «Ob utverzhenii Pravil predostavleniya iz federal'nogo byudzheta subsidii akcionernomu obshchestvu «Rossijskij eksportnyj centr» na finansirovanie chasti zatrat, svyazannyh s prodvizheniem vysokotekhnologichnoj, innovacionnoj i inoj produkcii i uslug na vneshnie rynki» // SPS Konsul'tantPlyus

Rodygina, N.YU. Analiz konkurentosposobnosti ekonomiki Rossii / N.YU. Rodygina., K.M. Matveenko, M.O. YAroshenko // Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii. - 2017. - №12 ch.8. - S. 997-1002.

Mezhdunarodnaya vystavochnaya kompaniya Evroekspo. Available at: <https://www.euroexpo.ru>

Mezhdunarodnyj vystavochnyj portal Expoclub.ru. Available at: <https://expoclub.ru>

Rossijskij eksportnyj centr. Available at: <https://www.exportcenter.ru>

Torgovo-promyshlennaya palata respubliky Takzhikistan. Available at: <http://tpp.tj>

