



РСВЯ: основные показатели выставочной деятельности в 2016 году

Исполнительная дирекция РСВЯ провела масштабное исследование, посвященное итогам деятельности 55 выставочных компаний-членов Союза в 2016 году. В статистический обзор вошла информация о 776 выставках в 42 городах, включая 26 совместных проектов, 54 выездные выставки в 24 городах России и одну выставку в Казахстане

Суммарные показатели выставочной деятельности по итогам 2016 года

В сравнении с 2015 годом количество выставок (843) сократилось на 67, при этом снижение на 46 произошло за счет изменений в членской базе Союза (за счет изменения состава организаторов 48 выставок вышло и две добавилось).

Общее количество в проведенных выставочно-ярмарочных мероприятиях составило 2922 (в 2015 г. – 3142).

Основная часть проведенных выставок предназначались для смешанной аудитории (b2b+b2c: посетителей-специалистов и частных посетителей) – 37,8%.

Доля выставок, предназначенных исключительно для посетителей-специалистов (формат b2b), – 34,7%.

Доля выставок, ориентированных только на частных посетителей (формат b2c), – 27,5%.

Суммарные показатели выставочной деятельности организаторов по итогам 2016 года.

Выставочная площадь*:

– нетто 1620975 кв.м (в 2015 г. – 1809187 кв.м);

– арендованная: 1397345 кв.м. (в 2015 г. – 1544497 кв.м);

Количество экспонентов:

– всего: 90729 (в 2015 г. – 99985);

– отечественные компании: 73103 (в 2015 г. – 80489) с арендованной выставочной площадью 1092259 кв.м (в 2015 г. – 1194221 кв.м);

– иностранные фирмы: 17626 (в 2015 г. – 19496) с арендованной выставочной площадью 305086 кв.м (в 2015 г. – 350276 кв.м);

Количество посетителей: 7,6 млн. (в 2015 г. – 7,4 млн.).

В сравнении с предыдущим годом средняя арендованная площадь, приходящаяся на одного экспонента увеличилась до 15,4 кв.м. (в 2015 г. – 15,1 кв.м), при этом для российской компании этот показатель составил 14,9 кв.м. (в 2015 г. – 14,4 кв.м); для иностранной фирмы – 17,3 кв.м. (в 2015 г. – 18 кв.м).

Количество стран-участниц снизилось с 118 до 117 (Гонконг, Тайвань и Макао с 2014 года учитываются как регионы КНР).

Лидерство по активности участия экспонентов в российских выставках сохраняют Европа (7600 экспонентов – 43,2% от общего числа иностранных экспонентов), Азия (5647 – 32,1%) и страны СНГ (3370 – 19,2%).

* Согласно ГОСТ 53103-2008 введены следующие определения:

– **арендованная выставочная площадь:** площадь выставочного стенда, арендованная и оплаченная экспонентом;

– **выставочная площадь нетто:** сумма закрытой и открытой площади выставочных стендов и площади, используемых организатором под специальные экспозиции по теме выставки;

– **специальная экспозиция:** демонстрация информационных материалов, показы мод, смотры, конкурсы, дегустиации, проводимые организатором выставок в рамках выставочно-ярмарочного мероприятия и в соответствии с его общим направлением или по его теме.

В выставках с участием иностранных экспонентов, которые организуют компании – члены РСВЯ, больше других участвуют компании из Белоруссии (278 выставок); второе место занимает Германия (174), третье – КНР, включая Гонконг и Тайвань (155), четвертое – Италия (127), пятое – Украина (119).

Первые позиции по числу экспонентов занимают: Китай, включая Гонконг и Тайвань (4009 фирм), Белоруссия (2144), Германия (1993) и Италия (1569).

Что касается конгрессной деятельности членов РСВЯ в 2016 году, то здесь также наблюдалась незначительная отрицательная динамика.

В 2016 году проведено 4448 мероприятий конгрессного типа (в 2015 г. – 4571), в том числе сопровождающих выставочные проекты – 3990 (в 2015 г. – 4148).

Количество самостоятельных мероприятий конгрессного типа – 558 (в 2015 г. – 423), в том числе – сопровождаемых выставкой – 171 (в 2015 г. – 192).

Годовой оборот от выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности организаторов выставок, входящих в Союз, в 2016 году составил 27,88 млрд. руб. (в 2015 г. – 28,28 млрд. руб.). При этом 76% данного оборота аккумулируют выставки в Центральном федеральном округе.

Суммарный штат сотрудников этих компаний составил 4964 человека (в 2015 г. – 4893), в том числе непосредственно занятых в процессе организации выставочных мероприятий – 1285 специалистов (в 2015 г. – 1354).

Продолжает развиваться сотрудничество российских и зарубежных выставочных компаний. Так, фирма «Мессе Дюссельдорф Москва», представляющая в России одну из ведущих выставочных компаний мира Messe Duesseldorf (Германия), проводит три выставки совместно с российскими организаторами – «Казанской ярмаркой», «Кузбасской ярмаркой» (Новокузнецк) и «Металл-Экспо» (Москва).

Компания «Франкфурт Мессе Рус», являющаяся российским подразделением немецкого холдинга Messe Frankfurt, объединяет усилия с выставочным объединением «Рестэк», которое, в свою очередь, готовит совместные проекты с компаниями «Экспофорум Интернешнл» (С-Петербург) и «Пермская ярмарка».

Сопоставимые показатели** выставочной деятельности по итогам 2016 года

Для определения объективных изменений в выставочно-ярмарочной деятельности компаний – членов РСВЯ был проведен анализ динамики показателей, очищенных от влияния таких факторов как вступление и исключение компаний из РСВЯ, проведение крупных проектов с периодичностью проведения более одного года.

Изменение количества выставок и годового оборота, связанного с выставочно-ярмарочной деятельностью, было рассчитано по выборке организаторов, вошедших в статистические обзоры 2015 и 2016 годов.

Проведенный анализ показал снижение по всем основным показателям выставок при небольшом увеличении годового оборота и числа посетителей.

Общие сопоставимые показатели 2016 года

Количество выставок: - 2,3% (меньше на 18 выставок)
 Выставочная площадь:
 – нетто: - 9%;
 – арендованная: - 8%.
 – средняя арендованная на экспонента: -0,8% (15,1 кв. м).
 Количество экспонентов:
 – всего: -7,3%
 – отечественные компании: -7,3% при снижении арендованной ими площади на 6,1%;
 – иностранные фирмы: -7,5% при снижении арендованной ими площади на 14,8%
 Количество посетителей: +2,2%.
 Годовой оборот по выставочно-ярмарочной деятельности: +1,2%

Таким образом, негативные тенденции, связанные с экономическим кризисом, остаются актуальными, несмотря на некоторую стабилизацию в отрасли

Опрос выставочных компаний

В марте-апреле 2017 года Исполнительной дирекцией РСВЯ проведен опрос российских организаторов выставок-членов Союза по итогам их выставочно-ярмарочной деятельности в 2016 году и прогнозам на 2017 год. Участие в исследовании приняли 45 организаций. Рассматривались вопросы прибыли, ценовой политики, расходов и организации выставок.

Результаты работы в 2016 году

Прибыль. По итогам 2016 года в сравнении с 2015 годом прибыль выросла у 44% выставочных компаний, принявших участие в опросе. При этом о росте прибыли менее чем на 10% заявили 20% респондентов; на 10-20% – 18%; более чем на 20% – 7%.

О снижении прибыли за тот же период сообщило 40% респондентов. При этом о сокращении прибыли менее чем на 10% заявили 16% опрошенных; на 10-20% – 13%; более, чем на 20% – 11%.

Ценовая политика в 2016 году характеризовалась предложением скидок (69% опрошенных) и увеличением цен (64%). Стоимость участия выросла преимущественно в пределах 10%. Про рост цен на уровне до 5% рассказали 33% опрошенных, в интервале 5-10% – 31%.

Скидки предлагались в следующих диапазонах: до 5% – 18% опрошенных, 5-10% – 38%; более 10% – 13%.

Кроме того, 42% участников исследования использовали пакетные предложения, 36% предлагали экономичные формы участия.

Расходы. По перечисленным в исследовании группам расходов большинство респондентов сохранило затраты на прошлогодних уровнях. При этом по некоторым группам респонденты отметили рост расходов:

– об увеличении расходов на рекламу и связи с общественностью заявили 40% опрошенных;

** При проведении исследований РСВЯ используется понятие «сопоставимые выставки».

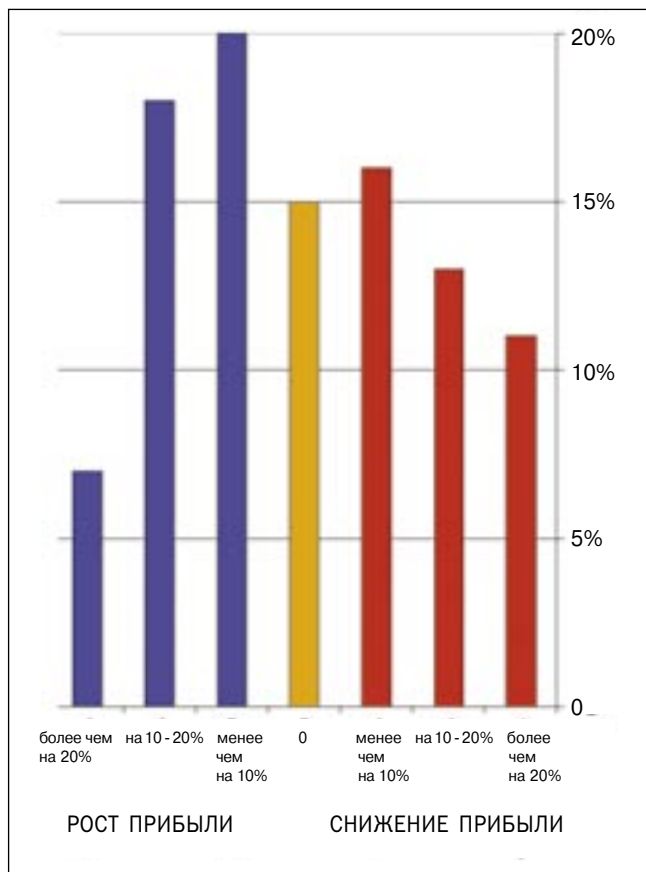
В соответствии с утвержденными правилами, учитываются только те мероприятия, которые отвечают следующим требованиям:

– периодичность проведения – ежегодно; в расчетный период времени (в данном исследовании – в течение шести месяцев 2015 г. и 2016 г. соответственно) выставки проходили регулярно;

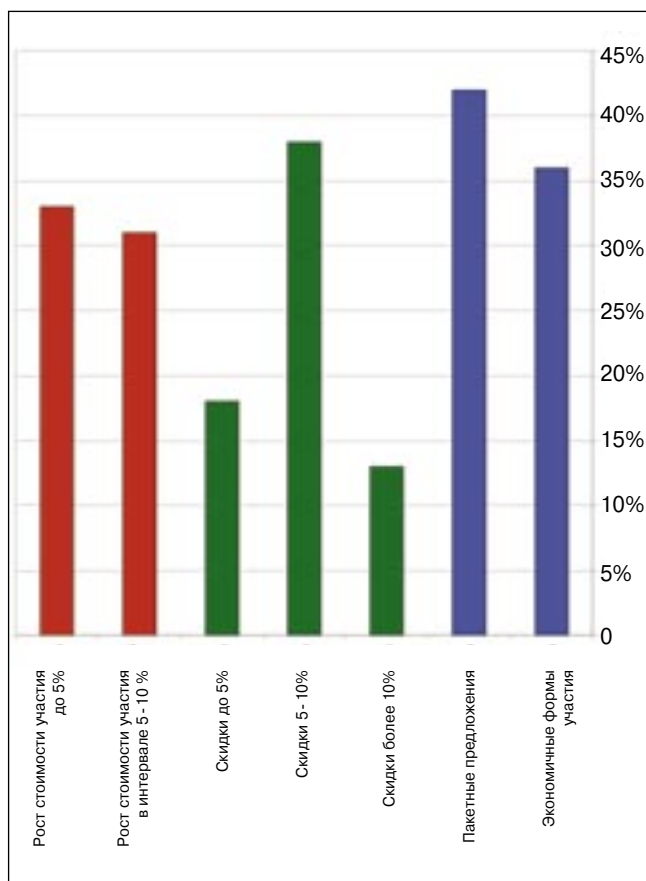
– организаторы каждый раз предоставляли полную статистическую информацию о своих проектах.

Таким образом, исключаются факторы, способные исказить результаты исследования: не учитываются показатели выставок, проводимых один раз в два-три года или реже, а также – организованных компаниями, вступившими в РСВЯ или покинувшими Союз в рассматриваемый период времени.

Изменение прибыли выставочных компаний



Мероприятия по изменению ценовой политики выставочных компаний



– об увеличении затрат на зарплату сообщило 33% участников исследования.

Главными статьями сокращения расходов стали затраты на приобретение техники и оборудования (22%), также по 18% опрошенных сообщили о сокращении расходов на рекламу и на приобретение программного обеспечения.

Организация выставок. Традиционно лидером по повышению привлекательности выставок остается расширение деловой и сопутствующей программы – об ее расширении заявили 53% респондентов.

Примерно равное количество выставочных компаний (от 40 до 44%) сообщили:

- об усилении стимулирующих программ для посетителей-специалистов и для экспонентов;
- о расширении предложений дополнительных услуг.

Информационные технологии стали активней использоваться 38% участников опроса.

Резюме: итоги 2016 года.

В прошлом году у 44% выставочных компаний прибыль выросла, у 40% - сократилась. Уровень роста и сокращения данного показателя находился в пределах 20%.

Ценовая политика характеризовалась предложением скидок при одновременном увеличении цен (преимущественно в пределах 10%).

Расходы выставочных компаний, в основном, фиксировались на уровне предшествующего года. 40% организаций увеличили расходы на рекламу, треть организаций – подняли заработную плату.

Примерно половина респондентов в прошлом году расширяли деловую и сопутствующую программу своих выставок.

Прогнозы на 2017 год

Прибыль. На рост прибыли в 2017 году рассчитывают 58% опрошенных. При этом рост прибыли в пределах 10% ожидают 36% респондентов, на 10-20% – 20%.

Сокращение прибыли прогнозируют 29% респондентов, при этом большая часть (18%) заявляет о предполагаемом снижении прибыли в пределах 10%.

Ценовая политика. Повысить цены в 2017 году планируют 74% опрошенных (все – не более чем на 10%). Скидки применяют 60% компаний. Пакетные предложения и экономичные формы участия собираются применять 42% и 36% респондентов соответственно. Снижения цен в 2017 году практически не предвидится.

Расходы. Большинство выставочных компаний планируют оставить расходы на уровне 2016 года.

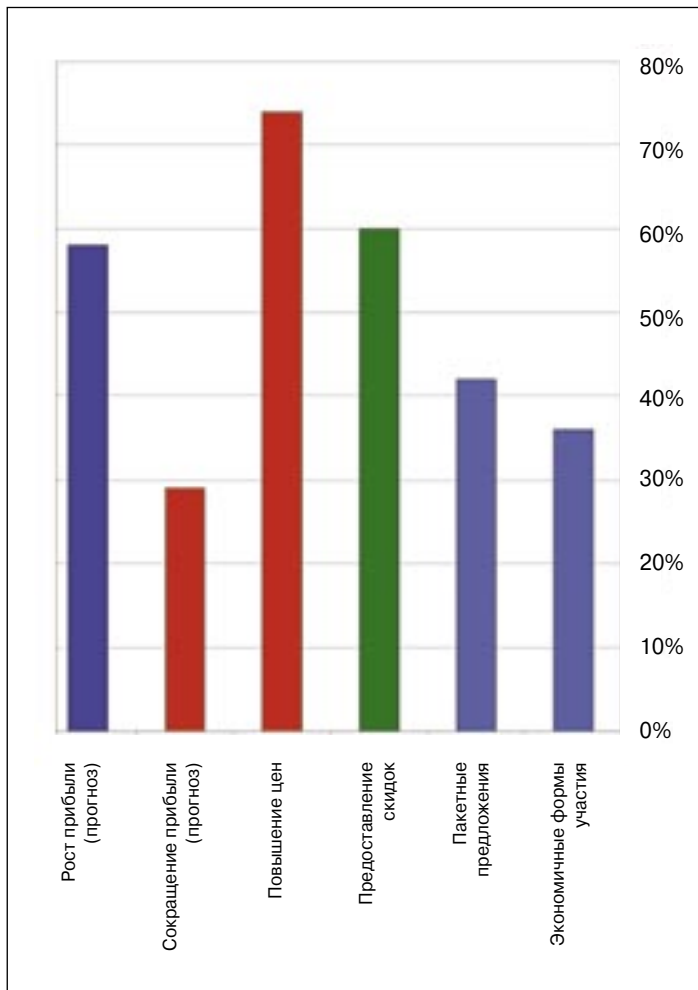
При этом 29% руководителей говорят о планах по увеличению расходов на рекламу и связи с общественностью, 22% – об увеличении заработной платы сотрудников, 20% – о росте затрат на приобретение техники и оборудования. О сокращении тех же статей расходов заявили по 11% опрошенных.

Изменения в организации выставок. Отмечается примерно равное количество ответов, свидетельствующих о планах по увеличению и сохранению на уровне 2016 года почти всех перечисленных в опросе параметров организации выставок (ответов о сокращении данной деятельности не имеется).

Так, об активизации использования информационных технологий при подготовке и проведении выставок сообщили 56% опрошенных, о развитии стимулирующих программ для посетителей-специалистов – 53%, о расширении предложения дополнительных услуг – 51%, об усилении специальных программ для экспонентов – 47%.

По традиции, в наибольшей степени компании стараются расширять деловую и сопутствующую программы, об этом сообщили 64% опрошенных.

Планы и прогнозы выставочных компаний на 2017 год



Резюме: прогнозы на 2017 год.

Несмотря на продолжающиеся проблемы в российской экономике и продолжение тенденции падения основных показателей выставочной деятельности компаний - членов РСВЯ, в целом, уровень оптимизма относительно роста прибыли в текущем 2017 году достаточно высок: более половины опрошенных надеются на это.

Ценовая политика характеризуется планируемым увеличением цен и (в меньшей степени) предоставлением скидок.

Уровень расходов преимущественно фиксируется на уровне 2016 года. Ряд организаторов планируют увеличить затраты на рекламу, фонд оплаты труда, приобретение техники и оборудования.

В отношении мероприятий по повышению эффективности и привлекательности выставок в целом, чуть более половины респондентов планируют активизировать свою деятельность в данном направлении (в первую очередь это касается организации деловой и сопутствующей программы выставок). Немногим менее половины опрошенных планируют оставить все как есть.

По данным Исполнительной дирекции РСВЯ

Для справки. Сегодня в Российском союзе выставок и ярмарок 85 компаний - членов, в т.ч. 54 организатора, 29 компаний, содействующих развитию выставочного бизнеса и два владельца выставочных площадей, не являющихся организаторами выставок. В течение года члены РСВЯ проводят около 900 выставок и ярмарок в 46 городах с участием примерно 100 тыс. экспонентов из 120 стран мира.