

КРИЗА У ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Пестушко В.Ю.,

*к.геогр.н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства,
Національного авіаційного університету, м. Київ, Україна,*

e-mail: pestushko54@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8812-055>

Відомо, що ділові подорожі посідають особливе місце в міжнародному туризмі та міжнародному туристичному бізнесі. Адже, попри те, що за кількістю вони поступаються подорожам з метою відпочинку, розваг або лікування, такі поїздки зазвичай є не дешевими. Не випадково у звітності Всесвітньої Ради з подорожей та туризму, економічний вплив подорожей ділового туризму (business travel) розглядається окремим рядком.

Сучасний діловий туризм – це ціла окрема потужна індустрія, одним з найважливіших сегментів якої є організація подорожей з метою відвідування виставок та ярмарків. Доходи від проведення виставок складаються не тільки з надходжень від продажу експозиційної площі, але й від надання різноманітних послуг учасникам та відвідувачам – вхідні квитки, навчальні семінари і презентації, майстер-класи, забезпечення харчування, екскурсійні програми тощо. До того ж, подібні витрати несуть здебільшого не самі подорожуючі, а компанії-учасники, які нерідко вважають потрібним підкреслювати свій високий бізнес-статус і не економити в подібних заходах. Отже виставкова діяльність, особливо міжнародного рівня, є вигідною для їх організаторів та світової економіки в цілому. Саме тому, щорічно, у першу середу червня відзначається Всесвітній день виставок (Global Exhibitions Day – GED).

За даними Всесвітньої асоціації виставкової індустрії (The Global Association of the Exhibition Industry – UFI) до початку пандемії COVID-19 щорічно у світі проходило близько 32 тис. виставок, в роботі яких брало участь 4,5 млн. компаній. Ці виставки, які забезпечували 3,2 млн. робочих місць, відвідували понад 303 млн. осіб. За рік на цих виставках витрачалося близько 116 млрд. євро (137 млрд. дол. США), а загальний обсяг продажів сягав 275 млрд. євро (325 млрд. дол. США) [1].

У 2020 році у зв'язку з пандемією COVID-19 в усьому світі були впроваджені обмеження на міжнародні подорожі. За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization, UNWTO) на початок лютого 2021 року 32% усіх напрямків були повністю закриті. Повні заборони для туристів найбільше поширені в Азійсько-Тихоокеанському регіоні та в Європі. З 69 напрямків, де кордони повністю закриті для туристів, 30 - в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, 15 - у Європі, 11 - у Африці, 10 - у Америці та три - на Близькому Сході [2].

Як наслідок, у 2020 році відбулося різке падіння туристичних потоків. За даними UNWTO, міжнародні туристичні прибуття у 2020 році зменшилися порівняно з попереднім роком на 74% – до рівня 1990-х років. Колосальне

зменшення кількості туристичних прибуттів спостерігалось в усіх туристичних регіонах. Найбільше падіння туристичних потоків мало місце в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, де було зареєстровано приблизно на -84% в'їзних подорожей менше, ніж у попередньому році. Близький Схід та Африка зафіксували падіння прибутих на 75%. Кількість прибуттів іноземних туристів до Європи зменшилось на 70%, тоді як в Америці спостерігалось падіння на 69% [3].

Занепад міжнародного туризму завдав неабиякої шкоди світовій виставковій індустрії, доходи якої впали на 72%. Приблизно 52% компаній, які працювали у цій сфері, зазнали збитків, причому 30% з них втратили більше половини своїх прибутків.

Втім, негативні наслідки впливу пандемії різняться за регіонами. Найвищим падіння доходів у 2020 році було у Центральній та Південній Америці, а також на Близькому Сході і в Африці (відповідно на 77% та 76% порівняно з 2019 роком). В Азійсько-Тихоокеанському регіоні виставкова індустрія втратила 73% доходів, у Європі – 68%, а у Північній Америці – 64% доходів порівняно з попереднім роком. Загальне зниження доходів спричинило й закономірне падіння прибутків від виставкової діяльності. У найгіршій ситуації опинилися знову таки компанії Центральної та Південної Америки (-64% проти 2019 року), а також Близького Сходу та Африці (-58%). Половину прибутку, отриманого в 2019 році, втратили компанії Північної Америки, тоді як в Азійсько-Тихоокеанському регіоні та в Європі втрати склали 47% від суми, одержаної в 2019 році.

Кризові явища в індустрії виставок спричинили величезні проблеми у зайнятості. Адже більшість компаній була змушена скоротити персонал, подекуди більш як на чверть. Наймасовіші скорочення робочої сили мали місце на Близькому Сході та в Африці (73%), в Америці вони коливалися від 61% у Північній Америці до 56% у Центральній та Південній Америці. Натомість у Європі скорочення торкнулися трохи більше половини робочої сили (52%), а в Азійсько-Тихоокеанському регіоні роботу втратили 49% зайнятих у виставковій індустрії.

Чимало компаній заявили про ймовірність банкрутства за відсутності відновлення повноцінного бізнесу упродовж наступних шести місяців. Найбільше таких (17%) на Близькому Сході та в Африці, у Європі кількість таких компаній складає 14%, у Центральній та Південній Америці – 10%, в Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 6%. Найменше компаній, що припускають припинення своєї діяльності через кризу у Північній Америці – лише 5%.

Нагальні проблеми виставкової індустрії, як і міжнародного туризму в цілому вирішуються не без участі державної допомоги та міжнародних організацій. Загалом 44% компаній виставкового сегменту ділового туризму скористалися певним рівнем державної фінансової підтримки.

Найбільша кількість компаній, що отримали від держави фінансову допомогу для підтримання виставкової діяльності мала місце в Європі (54% компаній) і Азійсько-Тихоокеанському регіоні (53%). Натомість в Центральній і Південній Америці кількість таких компаній помітно менша – 35%. У

Північній Америці кількість субсидованих компаній знижується до 31%, а на Близькому Сході і в Африці становить лише 13%.

Важливо зазначити, що для більшості компаній виставкової індустрії, що отримали державну фінансову допомогу, розмір цієї допомоги становив менше 10% загальних витрат у 2019 році. Отже проблеми залишаються і їхнє кардинальне вирішення пов'язують передусім із повноцінним відновленням міжнародного туризму. Згідно з опитуванням, яке провела Всесвітня асоціація виставкової індустрії наприкінці 2020 року за участі 457 компаній в 64 країнах та регіонах, відновлення міжнародної виставкової діяльності очікують не раніше другої половини 2021 року. Так вважає понад половина опитаних компаній (51%) і лише 15% респондентів відкладає початок активної виставкової діяльності на більш пізній термін.

Якщо говорити про сподівання бізнесу в окремих регіонах, то на відновлення міжнародної виставкової діяльності в другій половині 2021 року найбільше розраховують у Північній Америці (58%) та в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (56 %) опитаних компаній. Аналогічні сподівання висловила також більшість компаній у Центральній та Південній Америці (51% опитаних). Натомість у Європі на другу половину поточного року розраховує менше половини опитаних респондентів – 47%, а на Близькому Сході і в Африці ще менше – 43%.

Список використаних джерел:

1. *The Global Association of the Exhibition Industry. The Global Exhibition Barometer (January 2021).* URL: https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2021/01/26th_UFI_Global_Barometer_january_2021.pdf
2. *UNWTO. Tightened travel restrictions underline current challenges for tourism.* URL: <https://www.unwto.org/news/tightened-travel-restrictions-underline-current-challenges-for-tourism>
3. *UNWTO World Tourism Barometer, update january 2021.* URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>