

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОДВИЖЕНИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

С. С. Якутович, А. А. Шишко

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
98yakubovich@gmail.com; antonshishko32@gmail.com;
науч. рук. – С. П. Мармашова*

В работе рассматривается современная мировая выставочная индустрия, которая в настоящее время формирует необходимое информационное поле и обеспечивает мобильность рынка, создает существенные финансовые потоки и приносит дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Кроме того, способствует привлечению иностранного капитала по реализации инвестиционных и инновационных проектов. Анализируется мировая практика выставочной деятельности, посвященной игровой индустрии и рассматривается предложение по проведению такой выставки в Республике Беларусь.

Ключевые слова: выставочная деятельность; услуги; инновационный продукт; игровая индустрия; компьютерные игры.

В условиях структурных преобразований белорусской экономики ставятся новые задачи по продвижению отечественных товаров, услуг и технологий на внутренний и международные рынки, предполагающее стимулирование позитивных изменений в сторону наукоемких и высокотехнологических производств. Одним из наиболее эффективных методов решения проблем, как показывает мировая практика, является выставочная индустрия. Поскольку выставки представляют собой связующее звено между внутренними и внешними рынками и содействуют привлечению иностранных инвестиций для осуществления перспективных направлений развития экономики.

В настоящее время, представляя собой инструмент макроэкономической и инвестиционной политики, выставочная деятельность создает необходимое информационное поле и обеспечивает мобильность рынка, формирует существенные финансовые потоки и приносит дополнительный доход в бюджеты всех уровней [1].

Современная мировая выставочная индустрия характеризуется двумя противоположно направленными трендами. С одной стороны, это возрастающая потребность в личном общении и развитии инновационного процесса, что постоянно требует выведение на рынок новых товаров и услуг, в связи с чем на рынках инновационных товаров выставки более востребованы. С другой стороны, это растущая конкуренция со стороны других инструментов маркетинговых коммуникаций, которые обладают такими же свойствами, как персонализация, интерактивность и измеримость результата.

В области выставочной индустрии внедрение инновационных технологий и представление инновационных продуктов становится одним из основных факторов повышения их эффективности и качества.

На примере компьютерных игр рассмотрим опыт продвижения инновационного продукта посредством такого маркетингового коммуникационного инструмента, как выставки. В настоящее время наблюдается устойчивый рост спроса на компьютерные игры. По отчету исследовательской компании «Strategy Analytics» к концу 2014 года в мире насчитывалось «около 12 миллиардов устройств с возможностью доступа в интернет, что соответствует 1,7 устройства на каждого жителя планеты», причем в США 46 % из них женщины. И прогнозируется, что к «2020 году данное соотношение возрастет до 4,3, а общее число используемых интернет-устройств, таких как персональные компьютеры, смартфоны, планшеты, смарт-телевизоры, носимая электроника и другие «умные» гаджеты, достигнет 33 миллиардов» [2].

Для потенциальных потребителей компьютерных игр немаловажным является язык общения и поэтому коммуникации с ними требуют умения показать выгоды от использования новинки. Представить на практике основные характеристики инновационных продуктов легче, чем определить пользу, которую получит потребитель новинки. Приведем примеры успешных маркетинговых приемов продвижения инноваций на рынок в области компьютерных игр:

- «бесплатная раздача образцов» (на международной выставке компьютерных игр GAMESCOM в Кёльне, американская компания EA SPORTS сформировала спрос на широко известную сейчас игру – FIFA, путем раздачи посетителям специальных карточек, для пополнения монет и Fifa Points в игре);

- «разработка приложений, которые вынуждают обновлять базовый продукт» (регулярное обновление игры FIFA Mobile, которое позволяет игрокам воспользоваться новыми возможностями для прохождения игровых компаний);

- «вовлечение потенциальных пользователей в разработку новых продуктов» (известные киберспортсмены создают новые истории и идеи для создания новых игр для Electronic Arts, основными из которых являются Star Wars™ Battlefront™ II, Need for Speed™ Payback, Battlefield™ 1 и многие другие);

- «создание легенды для нового товара, что особенно важно в эпоху экономики впечатлений, создание интереса к новинке» (игра Counter-Strike, которая является официальной модификацией легендарной игры Half-Life) [3].

В мировой практике существует значительное количество мероприятий, выставок, посвященных игровой индустрии. Например, «Е3» крупнейшая в мире выставка компьютерной индустрии, видео и мобильных игр и связанных с ними продуктов. На «Е3» собираются лучшие таланты индустрии видеоигр в Los Angeles Convention Center, среди которых десятки тысяч лучших, ярких и самых инновационных специалистов в индустрии интерактивных развлечений, представляющих передовые компании с новаторским подходом, новые технологии, которые еще не были представлены пользователям в виде гаджетов и игры [5].

Выставки подобные «Е3» проводимой в США и «ИгроМир» в России, представляют собой увлекательное путешествие по виртуальным мирам с настоящими эмоциями. А также дают возможность оценить игровые новинки и познакомиться с их производителями.

Подобный проект уже был в 2017 году, UniCon & Game Expo 2017 включал: стенды фэндом-сообществ; экспозиции участников выставки Game Expo; встречи, семинары, презентации, мастер-классы, интерактивные площадки; 5 игротек; киберплощадку (турнир по Hearthstone); конкурс косплея (участие более 140 косплееров) и другие мероприятия, кроме того, площадка ярмарки гаджетов, атрибутики, сувениров и аксессуаров.

Согласно данным опроса, количество посетителей превысило 6 тыс. чел. (не учитывая детей до 14 лет); из них 57,6 % впервые посетили подобную выставку; 91,9 % довольны посещением выставки-фестиваля и более 98 % планируют посетить мероприятие в 2018 году [4].

Кроме того, на выставках посетители могут приобрести все, что связано с компьютерной индустрией: от сувенирной продукции до официальных коллекций ювелирных изделий. Поэтому целесообразным, по мнению авторов, представляется предложение по проведению игровой выставки «Е3» в выставочном комплексе Минска, которая будет проходить в течение недели.

В стране большое количество приверженцев игровой индустрии как со стороны геймеров, так и разработчиков компьютерных игр. Например, Wargaming.net, разработчика «Order of War» и «World of Tanks» и других игр, AlawarMelesta в составе AlawarEntertainment разработчика «Веселой фермы», казуальные игры Aliasworlds и многие другие, у которых есть опыт в участии в выставках и проведении соревнований в республике. Кроме того, в ходе таких мероприятий появляется возможность для привлечения инвесторов.

По расчетам стоимость входного билета будет составлять 15 бел. руб. для каждого желающего посетить выставку (таблица).

Таблица

Расчет стоимости входного билета по посещению игровой выставки «Е3»*

Показатели	Стоимость билета 10 бел. руб.	Стоимость билета 15 бел. руб.	Стоимость билета 18 бел. руб.
Расходы (аренда выставочного центра, з/плата, налоги, маркетинговые и прочие расходы)	1 125 000	1 125 000	1 125 000
Доходы (регистрационный сбор, стоимость аренды стенда, размещение рекламы на стендах, спонсорство и прочие доходы)	1 245 500	1 245 500	1 245 500
Доходы от продажи билетов (при количестве посетителей 7500)	75 000	112 500	135 000
Прибыль (план. 20 % - 225 000 бел. руб.)	195 500	233 000	255 500
*при количестве посетителей 7 500 чел.			

Источник: разработано авторами на основе [4]

На данной выставке будут представлены новинки игровой индустрии, новые консоли от Sony и Microsoft, эксклюзивные игры, которые выйдут через 3–4 месяца, с возможностью для посетителей выставки опробовать новые консоли и игры. Также неотъемлемой частью выставки будет являться киберспорт. Целью соревнования станет создание белорусской киберспортивной команды, которая сможет представлять нашу страну на международной арене. Создание команды по Counter-Strike, FIFA или World of Tanks будет проходить путем отборочных испытаний. Каждый игрок сможет стать участником соревнований и пройти отборочный этап, чтобы стать членом команды. Данное мероприятие соберет огромное количество фанатов и поклонников серии игр.

Таким образом, проведение такой выставки в Республике Беларусь является целесообразной, т. к. в стране большое количество приверженцев игровой индустрии, как со стороны геймеров, так и разработчиков компьютерных игр. Следует отметить, что выставки являются во многом продуктом рыночной системы хозяйствования и одновременно эффективно способствуют интенсивному ее развитию, а так продвижению инновационных продуктов.

Библиографические ссылки

1. Евтеев, М. А. Перспективы развития выставочной деятельности в туристской индустрии Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-vystavochnoy-deyatelnosti-v-turistskoy-industrii-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 09.03.2018.)
2. Число подключенных к интернету устройств в мире достигнет 33 миллиардов [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/28911> (дата обращения: 09.03.2018).
3. Маркова, В.Д. Особенности маркетинга инноваций [Электронный ресурс]. URL: https://www.expoforum.by/exhibitions/?SECTION_ID=2776 (дата обращения: 09.03.2018).
4. Game Expo Minsk – выставка-фестиваль игровой индустрии [Электронный ресурс]. URL: <http://unicon.by/gameexpo>. (дата обращения: 08.03.2018).
5. E3 2018. Electronic Entertainment Expo [Электронный ресурс]. URL: <http://e3expo.com/>. (дата обращения: 08.03.2018).