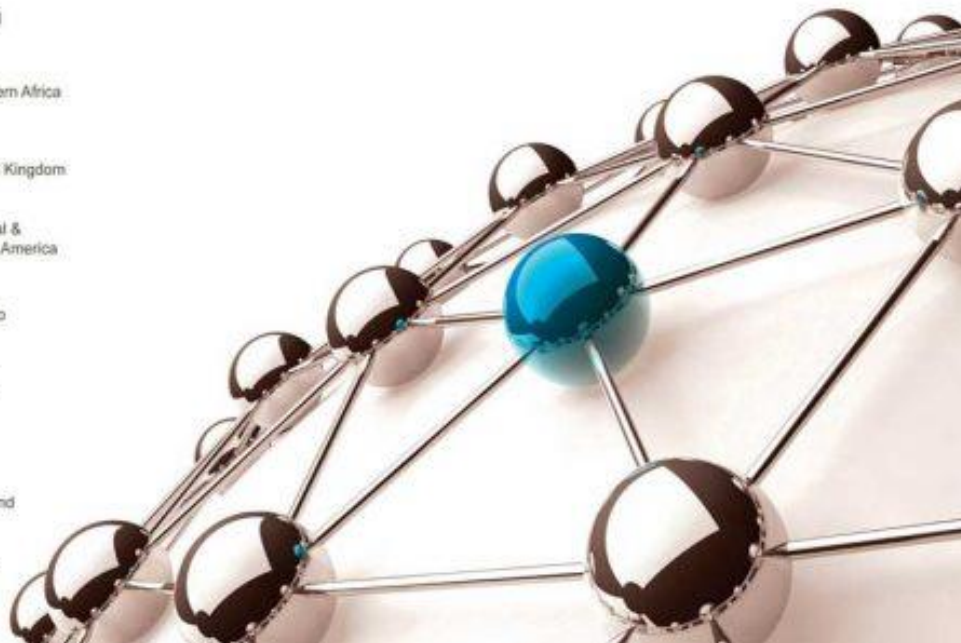


UFI Global Exhibition Barometer

 **ufi** The Global Association of the Exhibition Industry

19th Edition

Report based on the results of a survey concluded in July 2017.



Globalny Barometr Targowy UFI 19. edycja badania

Raport z wyników badania przeprowadzonego w lipcu 2017 r.

Spis treści

Wstęp	str. 03
Wyniki badania w układzie regionalnym	
1. Dynamika wzrostu obrotów brutto	str. 04
2. Dynamika wzrostu zysku operacyjnego	str. 06
3. Kluczowe zagadnienia .biznesowe	str. 08
4. Działania w zakresie cyfryzacji	str. 11
Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów	
Ameryka Północna: Meksyk, Stany Zjednoczone	str. 22

Ameryka Środkowa i Południowa: Brazylia, inne państwa w regionie	str. 26
Europa: Niemcy, Rosja, Wielka Brytania, inne państwa w Europie	str. 30
Afryka: Afryka Południowa	str. 38
Bliski Wschód:	str. 40
Azja / Pacyfik: Chiny, Indie, Tajlandia, inne państwa w regionie	str. 42
Wnioski	str. 50
Załącznik: Liczba respondentów w podziale na regiony i państwa	str. 51

Wstęp (str. 3)

Przedstawiamy Państwu wyniki 19. edycji badania UFI „Globalny Barometr Targowy”. Niniejsze studium oparte jest o wyniki badania światowego przeprowadzonego w lipcu 2017 r. Studium zawiera aktualne informacje dotyczące rozwoju sytuacji w przemyśle targowym na świecie, prognozy dla branży, a także opis sytuacji w 14 wybranych krajach i regionach.

UFI rozpoczęło badania wpływu sytuacji gospodarczej na świecie na przemysł targowy z całego świata w 2009 roku. Prowadzi je dwa razy w roku. W 2010 roku badanie otrzymało nazwę „Globalny Barometr Targowy”. W celu opisu rynku targowego w Stanach Zjednoczonych, badanie prowadzone jest wśród członków SISO (Stowarzyszenia Niezależnych Organizatorów Targów). Później zakres badania został poszerzony i włączono do niego stopniowo członków stowarzyszeń: AEO (Stowarzyszenie Organizatorów Targów i Eventów) z Wielkiej Brytanii, AFIDA (Międzynarodowego Stowarzyszenia Targów Ameryki), AMPROFEC (Meksykańskie Stowarzyszenie Profesjonalistów Branży Targów, Wystaw i Kongresów), AAXO (Stowarzyszenie Afrykańskich Organizatorów Targów), EXSA (Stowarzyszenia Targów i Eventów Afryki Południowej) z Afryki Południowej, TEA (Stowarzyszenia Targowego Tajlandii) oraz UBRAFE (Brazylijskiego Związku Promotorów Targów) z Ameryki Środkowej i Południowej). Począwszy od najnowszej edycji badania, dołączyli do niego członkowie stowarzyszenia IEIA (Stowarzyszenie Przemysłu Targowego Indii).

Ważne

Należy podkreślić, że liczba odpowiedzi uzyskanych w wyniku tego badania (257 odpowiedzi z 56 państw – pełna lista znajduje się na końcu dokumentu) w pełni gwarantuje reprezentatywność wyników. Jednakże podsumowanie rezultatów dla danego regionu może nie odzwierciedlać faktycznej sytuacji w tym regionie. Dlatego też niniejszy raport zawiera dodatkowe opracowanie wyników dla 14 państw i regionów, z których uzyskano największą liczbę odpowiedzi.

Wszelkie pytania odnośnie badania należy kierować do menadżera UDI ds. badań, Christiana Druart – chris@ufi.org. Wynik badania dostępne są online na stronie www.ufi.org/research

1. Dynamika wzrostu obrotów brutto (str.4-5)

W 19. edycji badania UFI “Globalny Barometr Targowy” analizowano prognozy respondentów odnośnie obrotów w obu półroczach 2017 r. i w pierwszej połowie 2018 roku, w odniesieniu do obrotów uzyskanych w analogicznych okresach w latach poprzednich (z pominięciem kwestii wpływu na obroty 2-letniego cyklu organizacji niektórych targów).

Wykres na następnej stronie (str. 5) przedstawia odsetek firm w poszczególnych regionach, które deklarują wzrost obrotów. Wykres obejmuje także wyniki z poprzednich edycji badania, począwszy od 2008 roku, przy czym nie brano pod uwagę odpowiedzi „obroty nieznane” i „nie stosuje się”.

Wykres pokazuje dobrą, stabilną prognozę dla regionu Azja – Pacyfik oraz dla Europy, gdzie co najmniej 74% badanych zadeklarowało wzrost obrotów brutto. W regionie obu Ameryk oraz na Bliskim Wschodzie sytuacja jest nieco gorsza a nawet niepewna. Średnio 66% respondentów z obu Ameryk zadeklarowało wzrost obrotów brutto, szczególnie w 2017 roku. Dotyczyło to także średnio 58% badanych z regionu Bliskiego Wschodu, jednak w drugim półroczu 2017 roku przewidują oni spadek obrotów.

Wykresy w drugiej części niniejszego raportu („Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów”) dokładnie przedstawiają wyniki, z uwzględnieniem odsetka firm, które zadeklarowały spadki obrotów oraz udzieliły odpowiedzi „obroty nieznane”. Wyniki ujawniają zróżnicowaną sytuację w poszczególnych regionach:

- Ameryka Północna, a więc w Stany Zjednoczone i Meksyk, prezentują nierównomierne tendencje; około 80% badanych firm zadeklarowało wzrost w drugim półroczu 2017 roku, lecz tylko 55% z nich potwierdziło wzrost obrotów w obu poprzednich półroczach i i nadchodzącym pierwszym półroczu 2018 roku (zaś w Meksyku – odnośnie pierwszego półrocza 2018 roku – tylko 33% badanych);
- w Ameryce Środkowej i Południowej, sytuacja wydaje się bardziej stabilna w badanym okresie: 50% - 70% firm targowych z Brazylii oraz 67% firm z pozostałych państw tego regionu zadeklarowało wzrosty obrotów we wszystkich trzech badanych półroczach;
- w Europie, wszystkie cztery badane częściowe rynki targowe (Niemcy, Rosja, Wielka Brytania i pozostała Europa) zadeklarowały bardzo mocną tendencję dodatnią i stabilizację – wzrost obrotów brutto, średnio we wszystkich badanych okresach, zadeklarowało 70% respondentów z Rosji oraz 83% badanych z Wielkiej Brytanii;
- na Bliskim Wschodzie, pierwsza połowa 2017 roku nie pokazała zdecydowanej tendencji wzrostowej - jedynie 55% badanych potwierdziło wzrost obrotów, natomiast spodziewają się oni poprawy sytuacji w kolejnych dwóch półroczach (64% do 67% badanych);
- w Afryce Południowej sytuacja jest zróżnicowana – 58% badanych zadeklarowało wzrost obrotów w pierwszej połowie 2017 roku, ale tylko od 32% do 50% badanych spodziewa się wzrostu obrotów w kolejnych dwóch półroczach;
- w regionie Azji – Pacyfiku, wszystkie cztery analizowane rynki (Chiny, Indie, Tajlandia i pozostałe rynki) zdecydowanie potwierdziły bardzo dobrą sytuację, od 67% do 78% firm targowych z poszczególnych rynków zadeklarowało wzrost obrotów we wszystkich trzech analizowanych okresach. Natomiast jeśli chodzi o prognozy na pierwszą połowę 2018 roku, odsetek badanych z Chin i Tajlandii deklarujących wzrost obrotów spadł do 57% i 59% odpowiedni. Aż 35% badanych z Chin nie potrafiło ocenić rozwoju sytuacji.

2. Dynamika wzrostu zysku operacyjnego (str. 6-7)

W 19. edycji badania Globalny Barometr Targowy analizie poddano dynamikę wzrostu zysku operacyjnego firm targowych w latach 2016 i 2017, w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres na następnej stronie (str. 7) przedstawia te wyniki łącznie z wynikami uzyskanymi w poprzednich badaniach odnośnie zysku operacyjnego, począwszy od 2009 roku. Prezentuje on odsetek firm targowych, które deklarowały ponad 10% -owy wzrost zysku operacyjnego, a także firmy, które odnotowały stabilizację zysku operacyjnego na poziomie od -10% (spadek) do + 10% (wzrost) – *patrz: uwaga na dole strony.*

Szczegółowe wyniki badania pokazują, że w większości regionów sytuacja utrzymała się na dobrym poziomie w 2016 roku, choć generalnie na niższym niż w 2015 roku:

- w regionie obu Ameryk, wszystkie cztery badane rynki cząstkowe odnotowały stabilizację sytuacji lub tendencję wzrostową jeśli chodzi o porównanie wyników z lat 2016 i 2017 – odsetek firm, które zadeklarowały wzrost zysku operacyjnego o ponad 10%:
 - w Stanach Zjednoczonych - urósł z 29% w 2016 roku do 62% w 2017 roku;
 - w Meksyku - spadł z 45% w 2016 roku do 42% w 2017 roku;
 - w Brazylii - urósł z 30% w 2016 roku do 46% w 2017 roku;
 - na pozostałych rynkach targowych Ameryki Środkowej i Południowej - urósł z 25% w 2016 roku do 33% w 2017 roku.
- w Europie sytuacja przedstawia obraz pełen kontrastów:
 - w Niemczech oraz w Wielkiej Brytanii przewiduje się, że wysokie zyski operacyjne odnotowane w 2016 roku, spadną w 2017 roku: wzrost rocznego zysku operacyjnego o ponad 10% za 2016 rok deklarowało 72% badanych firm targowych z Niemiec, natomiast za 2017 rok tylko 54% firm; jeśli chodzi o Wielką Brytanię odsetek firm targowych deklarujących wzrost rocznego zysku operacyjnego o ponad 10%, spadł z 80% za 2016 rok do 44% za 2017 rok,
 - w Rosji i w pozostałej części Europy, sytuacja nie przedstawiała się tak dobrze za 2016 rok, ale jest na poziomie przewidywanych wyników w Niemczech lub w Wielkiej Brytanii, jeśli chodzi o 2017 rok: w Rosji 12% firm deklarowało wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za 2016 rok, natomiast za 2017 rok 45% firm przewiduje wzrost zysku operacyjnego o ponad 10%; w pozostałej części Europy 40% badanych firm deklarowało wzrost zysku operacyjnego o ponad 10%, lecz odsetek tych firm urósł do 50% jeśli chodzi o przewidywane zyski za 2017 rok;
- zarówno na Bliskim Wschodzie, jak i w Afryce Południowej przewiduje się, że zyski operacyjne za 2017 rok, w stosunku do osiągniętych za 2016 rok, spadną; 55% firm zadeklarowało wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za 2016 rok, natomiast tylko 20% firm przewiduje wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za 2017 rok; w Afryce Południowej deklarujących wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za 2016 rok było 39% badanych firm, natomiast tylko 15% przewiduje taki wzrost zysku za 2017 rok;
- w regionie Azji – Pacyfiku, w porównaniu ze wszystkimi innymi regionami świata, jest mniej firm deklarujących wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za 2016 rok; firmy te przewidują utrzymanie się wyników na podobnym poziomie za 2017 rok – tak deklaruje 28% badanych firm z Chin i 35% firm z Indii; wzrost zysku operacyjnego o ponad 10% za dwa omawiane lata 2016 i 2017 zadeklarowało odpowiednio 23% firm i 46% badanych firm.

Przypis: wykresy w drugiej części niniejszego raportu („Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów”) dokładnie przedstawiają wyniki, z uwzględnieniem odsetka firm, które zadeklarowały spadki zysków lub nawet straty.

3. Kluczowe zagadnienia w działalności firm targowych (str. 8-10)

Badane firmy zostały poproszone o zidentyfikowanie trzech spośród siedmiu wymienionych na liście najważniejszych zagadnień dla ich działalności biznesowej w nadchodzącym roku. Aby uzyskać materiał do analizy, zaproponowano respondentom wybór spośród wielu możliwości odpowiedzi.

Podobnie jak w poprzednich badaniach, około 80% wszystkich odpowiedzi wskazało na następujące 4 zagadnienia:

- **„Stan gospodarki kraju / regionu” (25% badanych, tj. o 1% mniej, niż pół roku wcześniej),**
- **„Konkurencja ze strony innych firm w branży” (20% badanych, tj. o 1% więcej, niż pół roku wcześniej),**
- **„Rozwój sytuacji gospodarczej na świecie” (20% respondentów, tj. o 2% mniej, niż pół roku wcześniej),**
- **„Wyzwania wewnątrz firmy” (15% badanych, tj. o 2% więcej, niż pół roku wcześniej);**

Należy podkreślić, że w porównaniu z wynikami badania sprzed roku, o 4% wzrosło znaczenie zagadnienia konkurencji ze strony innych firm w branży i obecnie to drugie najważniejsze zagadnienie w działalności firm targowych.

Następujące zagadnienia, takie jak, „Wpływ cyfryzacji” („Odpowiedź na potrzeby klientów w tym zakresie”, „Nowe produkty cyfrowe”, „Cyfryzacja procesów wewnętrznych w firmie), „Konkurencja ze strony innych mediów” (Internet, media społecznościowe, targi wirtualne, inne) oraz kwestie uregulowań (w zakresie zrównoważonego rozwoju, bezpieczeństwa i ochrona zdrowia, inne), pozostały na tym samym miejscu w hierarchii ważności.

Następny slajd (str. 9) prezentuje bardziej szczegółowo zebrane wyniki globalne w zakresie najważniejszych zagadnień biznesowych, z ostatniego badania z lipca 2017 r. w porównaniu z wynikami poprzedniego badania ze stycznia 2017 roku.

Na kolejnej stronie (str. 10) zaprezentowano wyniki w poszczególnych regionach, w podziale na trzy segmenty, według profilu prowadzonej działalności targowej („organizator targów”, „wyłącznie obiekt” i „wyłącznie dostawca usług”). Wyniki badania pokazują aktualny rozwój sytuacji:

- **„Wpływ cyfryzacji” staje się trzecim najważniejszym zagadnieniem biznesowym w Europie i zyskuje na znaczeniu bardziej w działalności organizatorów targów i firm usług targowych, niż operatorów obiektów;**
- **„Konkurencja ze strony innych firm w branży” jest trzecim w kolejności najważniejszym zagadnieniem dla organizatorów targów i firm usług targowych na świecie, jednak jednym z ostatnich na liście dla operatorów obiektów (dla których „wyzwania wewnątrz firmy” są uznawane za najistotniejsze).**

4. Działania w zakresie cyfryzacji (str. 11-20)

Ponieważ następuje przyspieszenie procesów cyfryzacji w firmach, widoczne na całym świecie, kolejna edycja badania Globalny Barometr Targowy skupiła się również na stanie zaawansowania działań w tym zakresie w branży targowej. Sformułowano siedem rodzajów działań, o które zapytano w badaniu, a uzyskane wyniki pokazują, iż większość firm targowych pozytywnie zareagowała na konieczność przyspieszenia procesów cyfryzacji w przemyśle targowym. Wielka Brytania, Niemcy, Chiny i Stany Zjednoczone zostały zidentyfikowane jako te rynki targowe, na których procesy cyfryzacji toczą się w sposób najbardziej zaawansowany.

- Dwóch na trzech uczestników badania poinformowało, że wdrożyli oni produkty i usługi cyfrowe (takie jak aplikacje, reklama cyfrowa, oznaczenia cyfrowe na terenie targów) na potrzeby organizowanych targów. Są to już obecnie standardowe rozwiązania w Niemczech (potwierdziło to 100% badanych), a także szeroko stosowane rozwiązania w Brazylii (82%) oraz w Stanach Zjednoczonych, Rosji i Tajlandii (73% badanych w każdym z tych państw).
- Firmy targowe stosują także rozwiązania cyfrowe w odniesieniu do swoich wewnętrznych potrzeb. Średnio na świecie, 55% badanych zastosowało zmiany w postaci rozwiązań cyfrowych w procesach wewnątrz firmy i w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Najbardziej zaawansowane w tych dziedzinach rynki to Tajlandia (73%), Chiny (71%) oraz Niemcy (69%).
- Jedna na cztery firmy uczestniczące w badaniu potwierdziła, że opracowała i wdrożyła strategię cyfryzacji całej firmy. Najwięcej takich firm jest w Meksyku (58%) i w Stanach Zjednoczonych (45%).
- Jedna na pięć badanych firm ustanowiła specjalistyczne stanowisko ds. cyfryzacji (np. dyrektor ds. cyfryzacji) na poziomie ścisłego kierownictwa. Najwięcej takich firm jest w Chinach (33% badanych) i w Niemczech (31% badanych).
- Jeden na pięciu uczestników badania oświadczył, że wdrożył także produkty i usługi nie związane bezpośrednio z organizowanymi targami - zwłaszcza w Wielkiej Brytanii (50% badanych) i w Stanach Zjednoczonych (36% respondentów).

Wykres – str. 12. Cyfryzacja : wyniki globalne.

65 % badanych - wdrożyło produkty i usługi cyfrowe na potrzeby organizowanych targów (takie jak aplikacje, reklama cyfrowa, oznaczenia cyfrowe na terenie targów);

55 % badanych - 55% badanych zastosowało zmiany w postaci rozwiązań cyfrowych w procesach wewnątrz firmy i w zarządzaniu zasobami ludzkimi;

27 % badanych - opracowało i wdrożyło strategię cyfryzacji w odniesieniu do konkretnych targów / produktów;

23 % badanych - opracowało i wdrożyło strategię cyfryzacji całej firmy;

21 % badanych - ustanowiło specjalistyczne stanowisko ds. cyfryzacji na poziomie ścisłego kierownictwa;

21 % badanych - wdrożył także produkty i usługi nie związane bezpośrednio z organizowanymi targami.

Wykres – str. 13. Cyfryzacja : wyniki w podziale na regiony i rodzaj prowadzonej działalności targowej.

Wykres – str. 14. Cyfryzacja : wskaźnik wdrożenia cyfryzacji – w poszczególnych badanych regionach i państwach.

Wykresy – str. 15 – 20. Działania w dziedzinie cyfryzacji - pytanie: czy respondenci wdrożyli, czy też nie, rozmaite rozwiązania cyfrowe (w kolejności jak działania z wykresu na str. 12.

Cz. II. (str. 21 -...). Szczegółowe wyniki badania dla 14 wybranych państw / regionów

str. 22 – Meksyk (12 odpowiedzi).

Prognozy finansowe firm targowych w porównaniu z rokiem poprzednim

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 23 – Meksyk (12 odpowiedzi).

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Meksyk i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Meksyk i Świat.

str. 24 – Stany Zjednoczone (15 odpowiedzi).

Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 25 – Stany Zjednoczone (15 odpowiedzi).

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie USA i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie USA i Świat.

str. 26 – Brazylia (11 odpowiedzi).

Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 27 – Brazylia (11 odpowiedzi).

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Brazylia i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Brazylia i Świat.

str. 28 – Pozostałe państwa Ameryki Środkowej i Południowej (11 odpowiedzi).

Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 29 – Pozostałe państwa Ameryki Środkowej i Południowej (11 odpowiedzi).

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie ten region i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie ten region i Świat.

str. 30 – Niemcy (15 odpowiedzi)

Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 31 – Niemcy (15 odpowiedzi)

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Niemcy i Świat.

- Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Niemcy i Świat.
- str. 32 – Rosja (13 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 33 – Rosja (13 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Rosja i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Rosja i Świat.
- str. 34 – Wielka Brytania (11 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 35 – Wielka Brytania (11 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Wielka Brytania i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Wielka Brytania i Świat.
- str. 36 – Pozostałe państwa Europy (36 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 37 – Pozostałe państwa Europy (36 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie ten region i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie ten region i Świat.
- str. 38 – Afryka Południowa (22 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 39 – Afryka Południowa (22 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Afryka Południowa i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Afryka Południowa i Świat.
- str. 40 – Bliski Wschód (18 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 41 – Bliski Wschód (18 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Bliski Wschód i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Bliski Wschód i Świat.
- str. 42 – Chiny (21 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 43 – Chiny (21 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Chiny i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Chiny i Świat.
- str. 44 – Indie (37 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.
- str. 45 – Indie (37 odpowiedzi)**
Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Indie i Świat.
Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Indie i Świat.
- str. 46 – Tajlandia (11 odpowiedzi)**
Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.
Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.
Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 47 – Tajlandia (11 odpowiedzi)

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie Tajlandia i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie Tajlandia i Świat.

str. 48 – Pozostałe państwa regionu Azja - Pacyfik (17 odpowiedzi)

Prognozy finansowe firm w porównaniu z rokiem poprzednim.

Obroty brutto – odsetek firm w każdym z trzech badanych okresów.

Zysk operacyjny – odsetek firm w 2016 i 2017 roku.

str. 49 – Pozostałe państwa regionu Azja - Pacyfik (17 odpowiedzi)

Najważniejsze zagadnienia biznesowe – porównanie ten region i Świat.

Cyfryzacja: wskaźnik wdrożenia procesów – porównanie ten region i Świat.

Wnioski końcowe (str.50)

Badanie Globalny Barometr Targowy UFI pozwala śledzić sytuację w przemyśle targowym na świecie od 2008 roku. W 19. edycji tego badania, przeprowadzonej w czerwcu 2017 roku, udział wzięło i odpowiedzi udzieliło 257 firm targowych z 56 państw. Szczegółowe wyniki badania opracowano dla 14 stref geograficznych, w tym dla 10 kluczowych krajowych rynków targowych.

- Jeśli chodzi o obroty firm targowych w obu połowach 2017 roku oraz w pierwszej połowie 2018 roku, co najmniej 74% respondentów z regionu Azja – Pacyfik i Europy zadeklarowało ich wzrost w tych okresach. W regionie obu Ameryk i na Środkowym Wschodzie i w Afryce, badani prognozowali nieco niższe wyniki: w każdym z tych trzech półroczy wzrost obrotów, jeśli chodzi o Ameryki, prognozuje 66% badanych, zaś z regionu Bliski Wschód – Afryka, 58% respondentów. Jednakże dynamika wzrostu obrotów w poszczególnych okresach nie jest jednakowa, i tak, w obu Amerykach prognozowany najwyższy wzrost obrotów ma dotyczyć drugiej połowy 2017 roku, podczas gdy w tym samym okresie region Bliski Wschód – Afryka zgodnie z prognozami odnotuje spadek obrotów.
- Jeśli chodzi o zyski operacyjne firm targowych, w roku 2016 w większości badanych regionów utrzymywały się one na dobrym poziomie, choć generalnie były nieco niższe niż w 2015 roku. W 2017 roku zyski operacyjne firm rosły we wszystkich regionach, za wyjątkiem regionu Bliski Wschód – Azja.
- Zapytani o najważniejsze zagadnienia w działalności biznesowej, 25% badanych uznało za kluczowe „stan gospodarki kraju / regionu”, co więcej, pochodzą oni z większości największych badanych rynków targowych. „Konkurencja ze strony innych firm w branży” została uznana za drugie najważniejsze zagadnienie biznesowe (21% respondentów). Badane firmy targowe wskazały, że „rozwój sytuacji gospodarczej na świecie” jest obecnie zagadnieniem o mniejszej wadze, niż wskazywały w poprzednich edycjach badania – jedynie 20% badanych wymienia je jako kluczowe. Co do zagadnień biznesowych wymienianych na kolejnych miejscach, są to „Wyzwania wewnętrzne (zarządzanie firmą)” oraz „wpływ cyfryzacji”.
- Wreszcie, większość badanych firm targowych potwierdziła, że włączyła się w nabierający tempa proces cyfryzacji przemysłu targowego. Dwa działania w tym zakresie najczęściej wdrożone i wymienione przez respondentów to „wdrożenie produktów i usług cyfrowych (takich jak aplikacje, reklama cyfrowa, oznaczenia cyfrowe na terenie targów) na potrzeby organizowanych targów” oraz „rozwiązania cyfrowe w procesach wewnątrz firmy i w zarządzaniu zasobami ludzkimi”, które wymieniło odpowiednio 65% i 55% badanych.

DZIĘKUJEMY WSZYSTKIM UCZESTNIKOM ZA WKŁAD W BADANIE!

KOLEJNA EDYCJA BADANIA „GLOBALNY BAROMETR TARGOWY” ZOSTANIE PRZEPROWADZONA W GRUDNIU 2017 ROKU – PROSIMY O WZIĘCIE UDZIAŁU!

Załącznik (str.51). Uczestnicy badania według państw i regionów.

Ogółem: 257 respondentów z 56 państw.

- **Ameryka Północna: 30** respondentów, w tym Kanada (3), Meksyk (12), Stany Zjednoczone (15);
- **Ameryka Środkowa i Południowa: 22** respondentów, w tym Argentyna (3), Boliwia (1), Brazylia (11), Chile (1), Kolumbia (3), Kuba (2), Ekwador (2);
- **Afryka: 26** respondentów, w tym: Egipt (1), Libia (1), Południowa Afryka (22), Sudan (1), Maroko (1);
- **Europa: 75** respondentów, w tym Austria (1), Belgia (1), Chorwacja (1), Czechy (1), Francja (2), Gruzja (1), Grecja (1), Hiszpania (1), Holandia (2), Niemcy (15), Luksemburg (1), Polska (2), Portugalia (2), Rosja (13), Rumunia (1), Słowenia (1), Szwecja (4), Turcja (7), Ukraina (2), Węgry (2), Włochy (6), Wielka Brytania (11);
- **Bliski Wschód: 18**, w tym Iran (8), Jordania (1), Katar (1), Kuwejt (1), Liban (1), Oman (2), Arabia Saudyjska (2), Zjednoczone Emiraty Arabskie (1);
- **Azja- Pacyfik: 86** respondentów, w tym Australia (4), Chiny (21), Indie (37), Japonia (2), Malezja (1), Nowa Zelandia (1), Filipiny (1), Singapur (5), Korea Południowa (3), Tajlandia (11).

Tłumaczenie: Marcin Domiter, Salinas Enterprises Natalia i Marcin Domiter spółka cywilna.

Opracowanie: Polska Izba Przemysłu Targowego. Niniejsze tłumaczenie to opracowanie, które krok po kroku pomoże Członkom PIPT w analizie oryginalnego, bardzo obszernego Raportu z 19. edycji badania UFI „Globalny Barometr Targowy”. Opracowanie powstało celem wzbogacenia wiedzy Członków PIPT na temat aktualnego stanu przemysłu targowego na świecie.