

Финансовый кризис. Что нас ждет?

Одной из главных проблем, волнующих все слои населения и во всех странах, сегодня является мировой финансовый кризис и его последствия. Выставочный бизнес – не исключение. Происходящие события не могут на него не влиять. Но в чем это будет выражаться? Что нас ждет? И как противостоять, бороться? С этими вопросами мы обратились к представителям выставочных компаний. Предлагаем читателям их взгляд на обсуждаемую проблему.

Можно ли противостоять кризису?

Российская выставочная отрасль ощутит влияние мирового финансового кризиса. Мы ожидаем определенное снижение выставочной активности. И тому есть несколько причин.

Во-первых, некоторые крупные банки, в которых экспоненты держат свои счета, приостановили платежи. По этой причине ряд фирм не сможет участвовать в выставках. Мы это уже видим. Количество экспонентов снижается.

Во-вторых, основными заказчиками невыставочных мероприятий на площадях наших комплексов (корпоративных встреч, конференций, семинаров) являются финансовые структуры – банки, фонды и пр. Первое следствие кризиса – падение спроса на такие мероприятия.

Возможны и другие последствия. Сейчас идет падение продаж автомобилей. Значит, можно ожидать уменьшения числа участников автомобильных выставок.

С другой стороны, будут активнее развиваться выставки формата B-to-G, организованные на средства муниципальных органов и федеральных властей. Значение таких мероприятий, как Петербургский международный экономический форум, будет только расти, особенно с учетом принимаемых антикризисных мер и усиления роли государства. Можно сказать, что они проходят в рамках госзаказа. Мы уже имеем многочисленные

примеры мероприятий, проводимых органами исполнительной власти.

Можно ли противостоять кризису? И как это сделать?

Видимо, придется избавляться от выставок, которые не дают прибыли. В первую очередь это коснется проектов, связанных с социальной направленностью, экологией и автомобилестроением.

Общее правило одно: там, где идет «падение» отрасли, где возникают проблемы с финансированием, там и выставки «падают».

Этим процессам можно противостоять. Надо проводить реструктуризацию своих фирм, искать новые тематики, связываться с органами власти, чтобы вместе с ними готовить мероприятия.

Разумеется, следствием кризиса может стать и рост выставок в определенных секторах рынка. В ситуации сокращения продаж выставки становятся еще более востребованным инструментом поиска партнеров и увеличения прибыли.

Так что, в целом, ситуация двоякая. Одним из неприятных следствий кризиса станет сокращение персонала. При значительном ухудшении ситуации речь может пойти и о национализации.

Впрочем, пока «тяжелых падений» я не видел, у меня такой информации нет. В Москве все относительно стабильно, и в «Экспоцентре», и «Крокус Экспо», и



Сергей АЛЕКСЕЕВ, президент РСВЯ, председатель Европейского отделения Всемирной Ассоциации выставочной индустрии (UFI), генеральный директор ОАО «Ленэкспо», Санкт-Петербург

на ВВЦ площади заполнены. В регионах ситуация сложнее. В Красноярске и Иркутске пришло новое руководство компаний. В Новосибирске сменились владельцы «Сибирской ярмарки».

И все же сегодня есть основания для оптимизма. Главные выставочные компании стоят крепко, прежде всего, наш флагман – «Экспоцентр».

мы будем свидетелями последовательных отрицательных изменений в отрасли: сначала в финансовой сфере, затем в строительстве, сельском хозяйстве, промышленности. Острее и быстрее всего кризис скажется в тех отраслях и/или предприятиях, которые активно используют в своей практике кредитные и лизинговые схемы.

Хочется верить, что меры, принимаемые Правительством России, позволят максимально смягчить влияние мирового финансового кризиса на российскую экономику.

Однако, каждое предприятие, так или иначе, почувствует и снижение спроса, и уменьшение доходности, и проблемы с оборотными средствами. Но нет худа без добра: уже сегодня на многих предприятиях только вероятность сокращения персонала привела к росту производительности труда.

Возвращаясь к влиянию кризиса на выставочную деятельность. Думаю, мы, выставочники, почувствуем изменения только в будущем году. Выставочная от-

расль довольно инерционна, поэтому выставки этого года, в большинстве своем, уже скомплектованы, контракты с участниками заключены. В будущем же году я ожидаю снижение числа участников практически всех отраслевых выставок. Мы вместе с каждой отраслью пройдем и минимальную пиковую фазу, и дальнейший подъем. Полагаю, что произойдет снижение количества и масштабов выставок формата B2G. Наверное, нелогично будет запускать новые выставки – ведь это долгосрочные инвестиции.

И все же, эти изменения не смогут существенно повлиять на расклад сил в выставочном бизнесе. Жить в условиях кризиса нам уже доводилось. И схемы плановой работы в условиях кризиса многими выставочными компаниями пройдены на практике. Они доступны каждому: контроль расходов, уменьшение объема инвестиций в долгосрочные проекты, работа с нашими клиентами.

Теперь, для того чтобы собрать успешную выставку, надо будет приложить вдвое больше усилий.



Ирина КУРЫШЕВА, генеральный директор выставочного центра «Софит-Экспо», Саратов

Несомненно, финансовый кризис в той или иной мере затронет интересы всех отраслей. Исключение не составит и выставочная деятельность. Думаю,

Да здравствует кризис!

Марк Гранье, заместитель генерального директора компании VIPARIS (Франция):

«Пока мы никак не почувствовали этот кризис. И, скорее всего, не почувствуем.»

Более того, поскольку многие наши выставки – мировые лидеры в сво-

их сегментах экономики, они при любом раскладе останутся важнейшим маркетинговым инструментом развития бизнеса экспонентов.

Думаю, кризис принесет нам пользу... И потому – да здравствует кризис!

Полностью интервью с Марком Гранье и Жан-Люком Дюкло – см. стр. 28-29



Интерес к выставкам будет расти

Влияние мирового финансового кризиса не могло не затронуть выставочную деятельность. Но стоит сказать, что на волгоградском рынке выставочных услуг и без кризиса есть некоторые трудности: это и нехватка качественных выставочных площадей, и дублирование тематик выставок, и отсутствие развитой инфраструктуры, которая стимулировала бы выставочную деятельность. В общем, выставочному делу есть куда расти.

Сегодня, когда отмечается снижение активности экспонентов, нужно сконцентрироваться на развитии уже существующих отношений с клиентами и максимально повышать качество выставок.

На данный момент у нас есть успешные проекты, реализуемые уже не первый год. Мы планируем работать над их укреплением и расширением. В частности, чтобы повысить количество заинтересованных посетителей на выставке, мы сделали еще больший акцент на пер-

сональном информировании специалистов об отраслевых мероприятиях.

По мнению аналитиков, интерес к выставкам будет восстановлен после первой волны кризисных явлений, и компании станут больше обращать внимание на такие способы продвижения, как выставки.

Наряду с этим, наблюдается следующая тенденция: именно сейчас, в условиях кризиса, многие компании рассматривают участие в выставке как эффективный инструмент для решения проблемы падения объема продаж.

Хотелось бы отметить и еще один важный момент: часто экспоненты неграмотно подходят к участию в выставке. Многие до сих пор не знают, как правильно представить свою компанию на выставке и получить адекватные результаты. Таким образом, чем более осведомленными и подготовленными будут наши участники, тем большую от-



Иван ЧУРЮМОВ, заместитель генерального директора по внешним связям и развитию Выставочного Центра «ВолгоградЭКСПО»

дачу они смогут получить от участия в выставке. И, конечно, все это будет работать на укрепление самих выставочных проектов.

Смотрите, что происходит в экономике, – то же самое мы будем иметь и на выставках

го строя страны, «Экспоцентр», будучи монополистом, ежегодно проводил выставки на площади почти 350 тыс. кв. м – ведь тогда мы имели подразделения по всему Советскому Союзу. В итоге мы потеряли 200 тыс. кв. м. Только вдумайтесь в эти цифры!

Тем не менее, «Экспоцентр» выжил, перестроился и успешно вошел в систему рыночных отношений.

Следующая точка отсчета – кризис 1998 года. Тогда мы, конечно, уже не были монополистами в масштабе страны, но оставались ведущей выставочной структурой России. Выставки тогда мы проводили только на одной площадке – своей, на Красной Пресне, и выходили на показатель в 400 тыс. кв. м. Кризис отнял порядка 90 тыс. кв. м., в основном, за счет экспозиций иностранных фирм. Конечно, это было менее болезненным, чем в 1991 году. К тому же, мы приобрели определенный опыт работы в условиях рынка. Ну а затем, после некоторого затишья, наступил всплеск выставочной активности.

Год назад, по сравнению с 1999 годом, мы практически удвоили площадь,

сдаваемые в аренду, доведя их почти до 700 тыс. кв. м. Думаю, этот год даст не менее впечатляющие показатели.

Разумеется, в будущем возможен некоторый спад, но вряд ли он будет сопоставим с последствиями кризиса 1998 года и революции 1991 года. Тем более, что сегодня среди наших экспонентов иностранных фирм – не более трети, остальные – российские.

Сейчас мы уже чувствуем определенное влияние кризиса. В основном, по психологическим причинам – фирмы ждут, как будет развиваться ситуация. Кто-то сокращает площади. Небольшие компании начинают экономить и отказываются от участия. Впрочем, эти процессы наблюдались всегда и без кризиса.

Что будет дальше? Поскольку деятельность «Экспоцентра», как и любой выставочной структуры, является зеркальным отражением состояния экономики, судьба отраслевых выставок целиком и полностью зависит от развития ситуации в соответствующих сегментах рынка. Смотрите, что происходит там – то же самое мы будем иметь и на выставке.