

На выставочном рынке перелом: от падения к росту



Итоги выставочно-ярмарочной деятельности организаторов выставок – членов РСВЯ в 2010 году

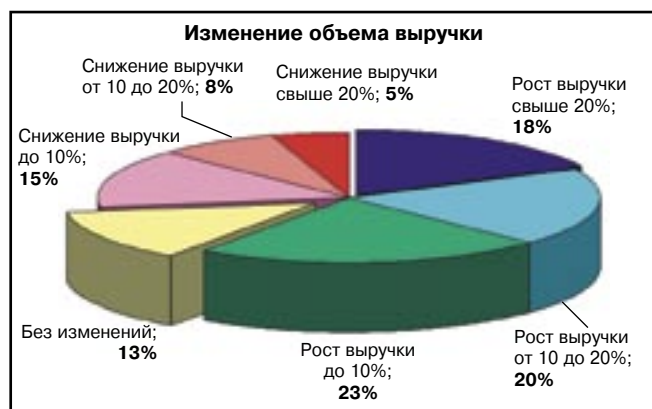
В марте Исполнительная дирекция РСВЯ провела опрос организаторов выставок с целью выяснения итогов их выставочно-ярмарочной деятельности в 2010 году. Исследование распространялось только на компании-члены Союза.

Информацию предоставили 38 организаций, на долю которых приходится 85% выручки и 80% выставочной площади «нетто», арендованной экспонентами, на выставках членов РСВЯ.

Нет сомнений, общие итоги опроса – позитивные. Выставочный рынок прошел точку перелома – от падения к росту, и сегодня можно говорить не только о выходе отрасли из кризиса, но и о тенденции роста.

ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Увеличение выручки от выставочной деятельности в 2010 году по сравнению с 2009 годом отметили 61% респондентов. Распределение ответов – см. диаграмму 1.



Выход на докризисный уровень	да	нет
	58,97%	41,03%

Статьи изменения расходов	Процент	
	Рост	Снижение
Реклама	46,15%	12,82%
Обучение персонала	30,77%	2,56%
Приобретение техники и оборудования	30,77%	5,13%
Приобретение или разработка компьютерных программ	25,64%	2,56%
Строительство и модернизация зданий	12,82%	10,26%

По результатам анализа уточненных данных, ежегодно представляемых в Исполнительную дирекцию РСВЯ, рост годового оборота по выставочной деятельности отмечен у 68% организаторов-членов Союза.

Лидером прироста затрат выставочных компаний в 2010 году стала реклама (46% респондентов указали увеличение этой статьи расходов). При этом отмечалось, что этот рост в некоторой степени обусловлен повышением цен на рекламном рынке. Показательной тенденцией можно считать значительное увеличение расходов на обучение персонала – 31%. В тех же размерах выросли затраты на приобретение техники и оборудования.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Основные тенденции ценовой политики	
Предоставление скидок	54%
Увеличение цены аренды выставочной площади	51%
Расширение экономичных форм участия	41%

Характерно, что лишь 3% компаний снизили стоимость аренды выставочной площади, а 8% не предприняли никаких действий в области ценовой политики.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОК

Опрос показал, что главным «антикризисным» средством стал запуск новых проектов. Организаторы активно объединяли и делили выставки, вновь и вновь подтверждая старую истину: в движении – жизнь.

Изменение «портфеля» выставок	
Запуск новых проектов	56,14%
Разделение или выделение новых выставок из существующих	15,38%
Объединение выставок	17,95%
Отмена выставок	25,64%
Отсутствие изменений	30,77%

Мероприятия по улучшению качества и повышению привлекательности выставок

Расширение и повышение качества деловой и сопутствующей программы	82,05%
Специальные программы для посетителей - специалистов	56,41%
Специальные программы для экспонентов	43,59%
Введение дополнительных услуг	38,46%

ПРОГНОЗ НА 2011 ГОД



Результаты опроса (диаграмма 2) ясно говорят о позитивном настрое руководителей выставочных компаний: они верят в лучшее, планируют рост и все делают для того, чтобы воплотить свои планы в жизнь.

По данным Исполнительной дирекции РСВЯ