

Кризис подскажет, как изменить бизнес



Сергей БЕДНОВ,
заместитель генерального
директора ЗАО «Экспоцентр»,
Москва

Когда мы сегодня говорим о кризисе, надо понимать – это еще зачатки тех явлений, которые нам предстоит пережить в дальнейшем.

Выставочный бизнес не сразу ощущает все трудности, которые происходят в экономике. Возможно, реальное влияние кризиса дойдет до нас в 2009 году.

В то же время мы уже сегодня видим, как меняющаяся экономическая ситуация сказывается на выставочной деятельности. Компании-экспоненты сокращают выставочные площади, а в ряде случаев вообще отказываются от участия.

В 2009 году число экспонентов может сохраниться на уровне прошлых лет (или будет немного меньше), но занятые ими площади значительно сократятся.

Что в этих условиях требуется от нас – организаторов, выставочных объединений, комитетов торгово-промышленных палат по выставочно-ярмарочной деятельности?

Прежде всего, необходимо разъяснять производителям товаров и услуг: не участвуя в выставках в период кризиса, они могут утратить свои позиции на рынке. Восстанавливать утраченное, как все мы прекрасно знаем, чрезвычайно сложно.

Поставка товаров на экспорт – это не тумблер «включить – выключить». Если компания ушла с рынка, то ее место будет немедленно занято конкурентами.

В этой ситуации выставочным компаниям, как мне кажется, нужно переориентироваться с дорогой широкоформатной рекламой на телевидении и радио на адресную работу с компаниями отрасли через ассоциации, объединения и союзы предпринимателей, большинство из которых являются членами торговых палат и работают в их профильных комитетах.

Нельзя забывать и наши отраслевые журналы, которые выпускаются и поддерживаются ассоциациями.

Конечно, важным инструментом станет Интернет – во время кризиса его роль существенно возрастает (по сравнению с «мирными» временами), по-

скольку он не требует значительных финансовых затрат и позволяет охватить большую аудиторию.

Мы прекрасно знаем, что за рубежом многие годы действует система государственной поддержки участия производителей экспортной продукции в выставках, в том числе – через предоставление прямых дотаций.

Хотелось бы отметить, что совсем недавно, даже в условиях кризиса, правительство Италии компенсировало 80% затрат на участие своих фирм на одной из октябрьских выставок в «Экспоцентре». Подобным образом действуют правительства Германии, Испании, Франции.

В принципе, можно продумать аналогичную систему мер в России и выйти с соответствующим предложением от Комитета ТПП РФ в Правительство России.

...необходимо разъяснять производителям товаров и услуг: не участвуя в выставках в период кризиса, они могут утратить свои позиции на рынке. Восстанавливать утраченное, как все мы прекрасно знаем, чрезвычайно сложно

Инвестиции могли бы осуществляться не только в виде денежных средств, но и в форме принятия соответствующих изменений в законодательных актах для того, чтобы облегчить участие российских компаний в выставках за рубежом.

Можно осуществить поддержку российских компаний, которые участвуют в выставках здесь, в России, опосредованно – через выставочные комплексы.

Одной из эффективных мер такого рода могло бы стать обращение к Правительству Москвы с предложением рассмотреть вопрос о внесении изменений в закон «О земельном налоге».

Снижение земельного налога для выставочных комплексов повлечет уменьшение стоимости участия в выставках, тем самым будут созданы льготные условия участия для предприятий.

Думаю, что сегодня как никогда востребована работа Комиссии Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности во главе с заместителем Председателя Правительства с участием первых лиц министерств и ведомств, Торгово-промышленной палаты России и Российского Союза выставок и ярмарок. К этому вопросу надо вернуться.

В условиях кризиса, не забывая о крупных производителях, в первую очередь необходимо сосредоточить внимание на работе со средним и малым бизнесом, предприятиями из регионов, ко-

торым не под силу оплатить участие в выставках.

Выходом из этой ситуации могло бы стать предоставление малому бизнесу стенов на льготных условиях, оказание им организационной поддержки.

Кроме того, необходимо создать благоприятные условия для экспонентов за счет повышения качества и расширения спектра услуг для участников выставок и посетителей. В определенных случаях эти услуги можно предоставлять бесплатно.

Необходимо усилить работу с экспонентами по всем направлениям сотрудничества, разъяснять возможности участия в выставках на обучающих семинарах и индивидуальных встречах.

В кризисных условиях обучение экспонентов на специальных семинарах, посвященных вопросам эффективности участия в выставках, может стать важным направлением работы. В «Экспоцентре» организовали такие семинары и убедились в их результативности. Более 90% компаний, посетивших семинары, продолжают принимать участие в выставках.

Привлечению участников и посетителей также содействует организация системы предварительного назначения встреч MatchMaking, предоставление гостям комплекса различных видов дополнительного индивидуального сервиса.

Еще совсем недавно выставочная индустрия России росла очень высокими темпами. Множилось количество выставок по сходной тематике, часто проводимых в одно и то же время. Это дезориентировало потенциальных экспонентов, снижало эффективность участия в проводимых смотрах.

Сейчас, когда из-за ограниченности ресурсов из нескольких мероприятий экспонент выбирает одно, в наибольшей степени соответствующее поставленной цели, настало удобное время для сокращения дублируемых выставок, укрупнения смотров, развития взаимодополняемости тематик мероприятий разных уровней.

Выставочные компании должны сосредоточиться на наиболее перспективных проектах, которые окажутся востребованными после кризиса.

Одновременно необходимо усилить взаимодействие операторов по согласованию сроков и содержания выставок, широко привлекать к этой работе профильный Комитет ТПП РФ, Российский Союз выставок и ярмарок, отраслевые ассоциации и объединения предпринимателей.

Снижение земельного налога для выставочных комплексов повлечет уменьшение стоимости участия в выставках, тем самым будут созданы льготные условия участия для предприятий

В новых условиях нельзя финансировать неэффективные и неконкурентоспособные проекты за счет их поддержки заемными средствами. Такие выставки надо менять, а быть может, просто закрывать. Кризис наглядно демонстрирует слабость некоторых проектов, он подскажет направления реструктуризации бизнеса в будущем, позволит заложить основы для развития в посткризисный период.

В трудное время выставочникам нужно согласовывать свои действия с партнерами, отраслевыми ассоциациями, гостиницами и государственными органами.

Мы предоставляем льготные площади на выставках, а они – льготные тарифы проживания в гостиницах и организационную поддержку. Вся эта работа должна быть взаимосвязана. Улица

должна быть с двусторонним движением. Нам кажется, что именно такой подход может дать дополнительный экономический эффект. В качестве примера хотелось бы привести опыт работы «Эксповестранса», транспортно-экспедиционной фирмы «Экспоцентра». Значительно снизив тарифы на погрузочно-разгрузочные работы в интересах экспонентов на выставках с тяжелым оборудованием, компания увеличила свои поступления за счет значительного роста оборота.

В условиях кризиса многие компании переводят свою маркетинговую активность с выставок на прямые контакты с партнерами в ходе семинаров, конференций, симпозиумов и сопутствующей выставки. На 2009 год мы планируем еще более насыщенную конгрессную программу.

В 2007 году «Экспоцентр» провел свыше 100 самостоятельных конгрессных мероприятий вне выставочной программы.

В начале декабря 2008 года в «Экспоцентре» прошел международный форум по нанотехнологиям – событие государственного масштаба, проходившее в виде конференции, симпозиумов и сопутствующей выставки. На 2009 год мы планируем еще более насыщенную конгрессную программу.

Сегодня на всех нас лежит ответственность за сохранение выставочной отрасли.

Только совместными усилиями, координацией и сотрудничеством мы сможем успешно преодолеть этот сложный период и развивать дальше выставочную индустрию страны.

Будущий год для нас проблематичен



Лев АГЕЕВ, генеральный директор
компании «Мордовэкспоцентр»,
Саранск

Влияние кризиса в регионе нарастает. И хотя мы еще полностью не упали в эту пропасть, постепенно туда опускаемся. Ситуация не может не отразиться на выставочном бизнесе. Уже сейчас мы это ощущаем.

«Мордовэкспоцентр» – небольшая компания. Будущий год для нас очень проблематичен. Казалось бы такие «раскрученные» и нужные наши проекты, как «Энергосберегающие технологии» и «Стройиндустрия», теряют экспонентов. Личные разговоры с директорами предприятий, попытки убедить в необходимости участия не помогают. «Мы переходим сейчас на 3-дневку, мне нужно платить зарплату сотрудникам. Я не могу выделить 50 тыс. рублей на участие в выставке» – вот типичный ответ. Предлагаем скидку до 50% – не действует. Ситуация похожа на ту, что была в 1998 году.

В этой связи я предлагаю следующее.

Первое – необходимо снизить земельный налог для выставочных комплексов, который является существенной составляющей себестоимости проведения каждой выставки. Сейчас по закону при определении ставки налога на землю выставочные комплексы приравнивают-

ся к крупным промышленным предприятиям, а ведь по роду деятельности мы гораздо ближе к зрелищным объектам, ведь выставка – зрелище. В случае изменения статуса выставочных комплексов в контексте этого закона, мы могли бы сразу снизить себестоимость и, соответственно, уменьшить для экспонентов расценки на участие. Это важно не только для Москвы, но и для регионов России.

Второе – необходимо уделить особое внимание активно развивающемуся инновационному потенциалу малого бизнеса. Надо сказать, что многие выставочные организации тоже являются предприятиями малого бизнеса, и выставочный бизнес, как никакой другой инструмент, на мой взгляд, влияет на развитие инновационного потенциала предприятий. Без кредита во многих случаях не обойтись.

Приведу свой пример. У нас был заключен кредитный договор с банком на три года с последующей пролонгацией.

...необходимо снижать земельный налог для выставочных комплексов, который является существенной составляющей себестоимости проведения каждой выставки

Мы отдали досрочно 500 тысяч рублей, но банк, ссылаясь на кризис и угрожая описью имущества, потребовал срочного погашения остальной суммы, несмотря на договоренность о продлении договора. Я обратился в несколько банков (Сбербанк, ВТБ-24, «Райффайзенбанк» и другие) с просьбой выделить кредит в миллион рублей, получил везде отказ. А ведь совсем недавно именно на эти цели государством банковского системы были направлены очень большие деньги.

Третье – необходимо также внести изменения, касающиеся выставочного бизнеса, в закон о государственных за-

купках. В соответствии с этим законом компания, выигравшая конкурс на организацию мероприятия с государственной поддержкой, получает сначала только 30% от выделенной суммы, а остальное – после окончания работы и утверждения отчета. Очень часто этот процесс еще более затягивается.

Учитывая трудности с получением кредита, необходимо внести изменения в этот закон, который для выставочного бизнеса совершенно непригоден.

Однако есть и положительный момент – в Мордовии мало действует система поддержки экспонентов, т.е. предприятия, которые участвуют в международных выставках за рубежом и в России, получают из регионального бюджета компенсацию иногда до 50% расходов на участие. В этом году в выставке «ЭЛЕКТРО» в Москве была единственная региональная экспозиция – наша, и 50% средств на ее организацию были выделены из республиканского бюджета в качестве компенсации предприятиям-экспонентам.

Сейчас эти средства изъяли из бюджета республиканского Министерства торговли и предпринимательства и передали отраслевым министерствам на поддержку выставочных мероприятий. Каждое министерство включило в свой план выставки, которые будут поддерживать. Но сейчас по причине кризиса идет сокращение затрат в министерствах, и в первую очередь сокращают расходы на поддержку выставочно-ярмарочной деятельности. Поэтому, скорее всего, на следующей сессии средства будут возвращены в республиканский бюджет.

От республиканской администрации поддержки мы имеем, но с городскими властями не удается наладить контакт. Решить все перечисленные проблемы (в том числе и о земельном налоге) на местном уровне не удастся. Если на федеральном уровне будут приняты необходимые решения, то и у нас дело пойдет.