

Все мы – конкуренты, но мы выживем, только сотрудничая



Владимир ТАБАЧНИКОВ, генеральный директор компании «Кузбасская ярмарка», Новокузнецк

Положение у российских выставочных компаний сегодня складывается очень серьезное. Продажа экспозиционных площадей за последнее время снизилась приблизительно на 20–30%, доходная часть – до 40–50%. Регионы, экономика которых, подобно Кузбассу, зависит от сырьевой базы, подвержены кризису в большей степени.

Мы ощутили это уже в октябре при проведении промышленного форума: не все металлургические предприятия приняли участие в выставках. Объемы производства в металлургии снижены очень значительно, рабочая неделя на многих предприятиях была сокращена, в том числе и на предприятиях «Евраз-Холдинга», занимающего первое место среди предприятий черной металлургии России.

В итоге, многие выставочные проекты, в зависимости от их отраслевой направленности, находятся в сложной ситуации.

«Кузбасская ярмарка», как и многие, создала антикризисный штаб, разработав свои мероприятия. Безусловно, надо добиваться снижения расходной части бюджета предприятия, сбалансировать как кадровую, так и финансовую деятельность.

По возможности, мы планируем введение новых проектов, которые могут принести деньги, развивать дополнительно сферу услуг.

У многих давно работающих выставочных компаний за последние годы значительно вырос объем работ, предприятия расширились. Можно, например, преобразовать рекламную службу в рекламное агентство, выделить в самостоятельное предприятие отделы по продаже выставочных площадей, сервисную, техническую, оформительскую службы. Они будут сами решать, что им делать: сокращать штаты или развивать услуги, приносящие прибыль.

Мы провели подобную реорганизацию у себя на предприятии, и могу ска-

зать, что преобразованная рекламная служба работает сейчас очень активно, принимает заказы на проведение всевозможных юбилеев, корпоративных вечеров и т.д.

Кроме того, мы стали сдавать в аренду для проведения этих мероприятий и праздников имеющиеся мобильные павильоны немецкого производства (летнего и зимнего исполнения) общей площадью 8000 кв. м.

В связи с вышесказанным, считаю, что президиуму РСВЯ, его стратегическому комитету необходимо обсудить ситуацию и наметить мероприятия по преодолению кризисных явлений, стать, как говорят, штабом антикризисных мер и работать в этом направлении. Казалось бы, как могут повлиять друг на друга «Экспоцентр» в Москве и «Дальэкспоцентр» во Владивостоке? Но мы все очень тесно взаимосвязаны, поскольку, как и все в России, являемся частью общей финансовой кровеносной системы. Всегда в лихую годину люди сближались, объединялись, чтобы совместно решать проблемы.

Мне кажется, что членам президиума РСВЯ, каждому в отдельности, необходимо собрать коллег, работающих в своем федеральном округе, и определиться с действиями в условиях кризиса. Как одну из мер можно предложить проведение совместных выставочных и деловых мероприятий, более тесное взаимодействие между регионами. Например, как нам сообщили представители администрации Ставропольского края, там в ближайшее время собираются формировать план деловых миссий в другие регионы. И при всем дефиците бюджета от деловых визитов они не откажутся.

На сегодняшний день, я считаю, нам необходимо попасть в Программу раз-

На сегодняшний день, я считаю, нам необходимо попасть в Программу развития России до 2020 года. Сейчас все федеральные министерства и ведомства составляют перечень мероприятий по этому плану. Необходимо дать им наши конкретные предложения

вития России до 2020 года. Сейчас все федеральные министерства и ведомства составляют перечень мероприятий по этому плану. Необходимо дать им наши конкретные предложения. Мы должны иметь полную информацию о планах Правительства России по преодолению кризиса, чтобы найти наше место, выставочников, которое способствует развитию экономики и социальной сферы РФ. В этом как раз и

заключается работа нашей Исполнительной дирекции по информированию членов РСВЯ.

Считаю, что семинары, которые проводит Исполнительная дирекция, очень важны и интересны, я сам присутствовал на многих из них. Но, в связи со сложной финансовой ситуацией в настоящее время, отпустить одного-двух сотрудников на семинар финансово накладно. Предлагаю приблизить семинары к региону, проводить их по округам. Повышение квалификации персонала в настоящее время жизненно необходимо. Объем продаж наших услуг зависит от количества контактов и уровня профессионализма. Можно стремиться к тому, чтобы при меньших контактах получить наилучший результат. За время

...Президиуму РСВЯ, его стратегическому комитету необходимо обсудить ситуацию и наметить мероприятия по преодолению кризисных явлений, стать, как говорят, штабом антикризисных мер и работать в этом направлении

кризиса мы провели уже два обучающих семинара для клиент-менеджеров. Нам нужно научить персонал работать в этой ситуации.

Какова роль СМИ в этой ситуации? Нужно использовать наши специализированные издания для мониторинга ситуации на рынке. Нам нужна достоверная аналитическая информация по регионам. СМИ и Исполнительная дирекция должны «мониторить» ситуацию и информировать нас в течение всего года. Нам необходимо точно понимать, какие отрасли меньше всего затронет кризис, в соответствии с этим открывать новые темы выставок.

Думаю, что кризис пришел не на год, и не на два. Нам, руководителям, тоже надо учиться, повышать свой профессиональный уровень. Мы привыкли работать в спокойной обстановке, действовать «по накатанной дорожке». Сейчас другое время. Нам надо кооперироваться и проводить совместные тренинги и обсуждения.

Все мы – конкуренты, но только вместе мы выживем. Четыре года назад я предложил создать Евразийский выставочный холдинг, в который могли бы войти несколько регионов, создав такой холдинг, мы могли бы приумножить наши возможности. Но этот проект так и не был реализован. И если еще не поздно, такие проекты необходимо запускать. Считаю, что сегодня это очень актуально.

В сложившейся ситуации не должно быть пессимизма. Нужно чаще встречаться, обсуждать проблемы и находить пути их решения.

Кризис заставляет нас менять структуру выставочного бизнеса



Вера ЕРМИЛОВА, генеральный директор ООО «Дальэкспоцентр», Владивосток

Выставочному сообществу России необходимо разрабатывать единые меры по выходу из кризиса, пока мы в него еще полностью не погрузились.

Экспоненты сейчас будут более тщательно считать свой выставочный бюджет, выбирать выставки, где можно получить максимальный эффект, сокращать количество своего участия, как по количеству выставок, так и по объему площади. Это один из факторов.

Другой фактор — это то, что в период кризиса усиливается конкуренция предпринимателей, и чтобы им в этой борьбе уцелеть, необходимо будет продолжать участвовать в выставках, тому пример – 1992–1997 гг., когда был бурный рост выставочной деятельности в России.

Поэтому выставочники должны пересмотреть свое отношение к стратегии проведения выставок с учетом потребностей экспонентов — готовить информационную и коммуникационную составляющую выставок с учетом изменения рынка.

Крайне важно проанализировать структуру изменения рынка в мире. Сейчас он меняется во всех странах. При этом во многих государствах экономическое сотрудничество с Россией выходит на первый план и рассматривается как важнейший приоритет для развития национальной экономики или отдельных ее секторов. Самый характерный пример – Китай.

В результате мирового финансового кризиса наблюдается резкое сокращение экспорта китайских товаров в США и другие страны. В результате китайские экспортеры вынуждены переориентироваться на российский рынок.

В итоге возможно существенное изменение структуры наших отраслевых рынков – мебельного, автомобильного, строительного, некоторых других.

Что это значит для выставочного сообщества России? Прежде всего – поток новых потенциальных экспонентов

из Китая и других стран Юго-Восточной Азии. На это необходимо обратить самое пристальное внимание.

Кроме того, необходимо использовать возможности федеральной и региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса.

Эти программы предусматривают выделение значительных средств на поддержку предприятий малого и среднего бизнеса, в том числе, и их выхода на отечественные и международные рынки посредством участия в региональных и зарубежных выставках.

Конечно, нельзя забывать, что реальное получение этих денег находится под ударом кризиса: в случае сокращения сбора налогов, объем средств будет сокращаться.

Необходимо провести в рамках Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров анализ программ поддержки малого и среднего бизнеса, в которых предусмотрены средства на поддержку участия предприятий в выставках, и выработать схему их использования для поддержания выставочной деятельности. Многое зависит от того, как экспоненты

будут использовать выделяемые средства. Необходимо помочь им получить деньги: подготовить необходимые документы, провести консультации и т.д. Торгово-промышленные палаты могли бы помочь компаниям-экспонентам в получении средств из бюджета на компенсацию их участия в региональных выставках и тем самым дать им возможность принять участие в выставках.

Необходимо провести в рамках Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров анализ программ поддержки малого и среднего бизнеса, в которых предусмотрены средства на поддержку участия предприятий в выставках...

Нам всем необходимо пересматривать планы выставочно-конгрессных мероприятий и увязывать их с программами развития регионов, необходима кооперация среди выставочных организаций. Объединение и совместная разработка выставочных проектов — это тоже один из путей выживания в кризисе.

Предприятия думают, как выжить... Не до выставок



Борис БАЙКОВ, руководитель Центра внешнеэкономической деятельности ТПП Костромской области

Выставки, которые мы проводим, конечно, не столь масштабны, как в Москве. В декабре в шестой раз в КВЦ «Губернский» прошла предновогодняя выставка-ярмарка «Костромская Снегурочка», где обычно представлена мебель.

Мы убедились в том, что производители мебели, наши потенциальные экспоненты, сейчас озабочены не столько участием в выставках, сколько тем, как выжить в этих условиях. Кредиты получить невозможно, да и проценты выросли. Магазины, в которых обычно представлена их продукция, пустуют. Народ не идет, спрос упал, мебель не продается. Конечно, мы собрали экспонен-

тов и в этом году, но рассчитывали мы на большее. В ноябре прошла ювелирная выставка, количество экспонентов по сравнению с прошлым годом уменьшилось на треть.

Но, должен заметить, что впервые наша местная власть – администрация области пошла на то, чтобы компенсировать предприятиям расходы на участие в выставках. Не полностью, конечно, но помощь эта существенная. Около десяти предприятий, которые постоянно участвуют в выставках, получили по 40–50 тысяч рублей. Мы, в свою очередь, тоже идем навстречу экспонентам.

Учитывая ситуацию, с предприятий малого бизнеса (особенно из отдаленных районов области), которые участвовали в «Костромской Снегурочке», мы брали лишь регистрационный взнос. Площадь им предоставлялась бесплатно.