

РОЛЬ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА

В статье рассказывается об истории выставочного дела в Иркутске, проводится анализ динамики экспонентов и посетителей мероприятий иркутского выставочного комплекса «Сибэкспоцентр» за последние несколько лет, а также приводятся результаты опросов участников и посетителей за прошедший год.

Ключевые слова: выставки, ярмарки, Иркутск, Иркутская область, Сибэкспоцентр

Иркутск исторически был городом торговым, купеческим. И потому в 1768 году высочайшим Указом была учреждена Иркутская ярмарка, которая действовала по три месяца в году. После революции ярмарочная деятельность в Иркутской области не велась – считалось, что стране достаточно одного выставочного комплекса – ВДНХ.

Выставочно-ярмарочная деятельность была возобновлена в 1991 году проведением в сентябре первой Иркутской Международной универсальной ярмарки. Подготовку и организацию этой ярмарки осуществило специально созданное акционерное общество «Иркутская ярмарка» – предшественник нынешнему выставочному комплексу ОАО «Сибэкспоцентр». Реальное содействие и непосредственную поддержку в организации первой Иркутской ярмарки оказали администрации Иркутской области и города Иркутска, а также ведущие предприятия и организации Приангарья.

Подготовка и проведение первой (сентябрь 1991 г.) и второй (сентябрь 1992 г.) Иркутских Международных ярмарок происходили с большим трудом. В эти годы первоначального развития российской рыночной экономики большая часть руководителей предприятий еще не понимали эффективности коммерческих выставок-ярмарок, их важности и результативности. Поэтому первые иркутские выставки-ярмарки проводились с привлечением административного ресурса, т. е. с активным участием городской и областной администраций и их первых лиц.

Первые выставки постепенно меняли мнение общественности и руководителей предприятий о таких мероприятиях. С 1993 года начинается расширение тематики иркутских ярмарок. Появляются автомобильная, строительная, сельскохозяйственная, туристическая, медицинская выставки, а также выставки учебных услуг и научно-прикладных исследований.

В первые годы иркутские выставки-ярмарки проводились в помещениях Дворца спорта, театров и других арендованных зданиях. А в 1996 году был вве-

* Горохова Марина Александровна – руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью ОАО «Сибэкспоцентр», магистрант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, e-mail: maryaland@mail.ru.

ден в эксплуатацию собственный современный выставочный комплекс, в павильонах которого стали проводиться новые выставки с международным сервисным обслуживанием. В конце октября 1996 года с целью повышения статуса выставочной организации на базе «Иркутской ярмарки» было создано ОАО «Сибэкспоцентр». Создание специализированной организации явилось следствием необходимости развития рыночных отношений и по времени практически совпало с образованием подобных коммерческих организаций в ряде других городов России – Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Самаре, Уфе, Челябинске, Казани, Перми, Краснодаре, Екатеринбурге, Омске, Новосибирске, Красноярске и т. д.

В настоящее время сфера деятельности «Сибэкспоцентра» не ограничивается Иркутской областью, ведется активная работа по привлечению экспонентов и профессиональных посетителей из других городов, а также зарубежных стран.

Выставочный комплекс «Сибэкспоцентр» является членом Российского Союза выставок и ярмарок (с 1992 года), Торгово-промышленной палаты Восточной Сибири, Союза дорожников Иркутской области, Иркутской региональной ассоциации работодателей «Партнерство товаропроизводителей и предпринимателей».

Официальную поддержку выставок «Сибэкспоцентра» оказывают: Правительство Иркутской области, Администрация города Иркутска, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Торгово-промышленная палата Восточной Сибири, Иркутская региональная ассоциация работодателей «Партнерство товаропроизводителей и предпринимателей».

Учредителями общества являются: закрытое акционерное общество «Труд» (Российская Федерация, г. Иркутск), Комитет по управлению муниципальным имуществом Администрации г. Иркутска (Российская Федерация, г. Иркутск), Министерство имущественных отношений Иркутской области (Российская Федерация, г. Иркутск), частная компания с ограниченной ответственностью по акциям «SEVONE LIMITED» (Республика Кипр, г. Никосия).

Сегодня «Сибэкспоцентр» – это самая большая презентационная площадка Восточной Сибири, располагающая тремя павильонами общей площадью 4 500 кв. м и открытой выставочной территорией 3 400 кв. м.

Ежегодно выставочный комплекс проводит более 30 выставок, в которых участвуют более 3 000 компаний-экспонентов и посещают более 400 000 посетителей. Тематики выставок отражают практически все отрасли экономики Иркутской области. Среди участников компании регионов России, стран ближнего и дальнего зарубежья: Японии, Кореи, Китая, США, Германии, Англии, Франции, Испании, Кипра, Турции, Индии, Монголии, Казахстана, Украины, Белоруссии.

«Сибэкспоцентр» поддерживает и активно развивает сотрудничество с зарубежными странами. Географическое расположение Иркутской области способствует успешному развитию торгово-экономических связей между регионами России и странами Азиатско-тихоокеанского региона. Выставочный комплекс ведёт постоянную работу по установлению прочных деловых контактов с зарубежными организациями. Результат такой работы – не только новые иностранные экспоненты, прежде всего – это новые идеи, технологии и при-

влечение инвесторов и инвестиций в регион. Вся деятельность ОАО «Сибэкспоцентр» направлена на содействие социально-экономическому развитию Иркутской области, расширению инфраструктуры региона, насыщению потребительского рынка.

Также выставочный комплекс успешно взаимодействует с различными международными выставочными компаниями, представительствами официальных иностранных организаций в России, таких как консульства и Торгово-промышленные палаты Китая, Кореи, Монголии, Японии, Польши, подразделения различных союзов и ассоциаций.

Обзор конкурентов ОАО «Сибэкспоцентр» в СФО

На сегодняшний день ОАО «Сибэкспоцентр» остаётся единственной специализированной площадкой для проведения выставочно-ярмарочных мероприятий в Иркутской области. Рассматривая Сибирский Федеральный округ, выделим основных конкурентов «Сибэкспоцентра» (табл. 1).

Таблица 1

Основные конкуренты ОАО «Сибэкспоцентр» по Сибирскому федеральному округу

Выставочная компания	Закрытая выставочная площадь	Открытая выставочная площадь	Среднее количество выставок в год	Население города, тыс. чел
«ITE Сибирская Ярмарка», г. Новосибирск	20 900 кв. м.	14 500 кв. м.	70	1 567
ВК «Красноярская ярмарка» МВДЦ «Сибирь», г. Красноярск	9 540 кв. м	4 520 кв. м	40	1 052
«Сибэкспоцентр», г. Иркутск	4 500 кв. м	3 400 кв. м	30	620

Вышеуказанные выставочные комплексы расположены в крупных городах СФО, с населением свыше 1 млн чел. Иркутскому выставочному комплексу сложно с ними конкурировать в вопросах количества участников и посетителей.

Кроме того, выставочные площадки Новосибирска и Красноярска достаточно современные, способные предоставить весь спектр выставочных и деловых услуг на уровне мировых стандартов, оснащенные всей необходимой для этого инфраструктурой. Поэтому в данном направлении также сложно конкурировать с соседними городами.

Цены на услуги выставочных компаний СФО практически идентичны (+/- 10 %), на сегодняшний день основным принципом формирования ценовой политики всех выставочных компаний остаются индивидуальные финансовые преференции для различных категорий клиентов (скидки, программы лояльности и т. д.).

Современная конкурентная ситуация на российском рынке выставочных услуг характеризуется тематическим дублированием выставок и несогласованно-

стью сроков выставочных мероприятий. Поэтому, выбирая выставку для участия, потенциальный экспонент по-прежнему ориентируется на следующие показатели:

1. Деловая программа выставки – её актуальность, насыщенность, статус организаторов (федеральные, региональные, муниципальные органы власти, общественные организации);

2. Качество выставочных услуг (число и состав посетителей-специалистов, участников, особенно конкурентов);

3. Рекламная кампания выставки (максимальный охват целевой аудитории);

4. Географическое расположение города, в котором находится выставочный комплекс, транспортная доступность и прочие расходы;

5. Техническое состояние и оснащённость самого выставочного комплекса.

Для успешного конкурентирования на рынке «Сибэкспоцентр» решает задачи по организации и проведению специализированных конгрессных и выставочных мероприятий при поддержке городской и областной администраций, профессиональных союзов и общественных объединений.

Главная задача «Сибэкспоцентра» как выставочно-ярмарочного центра – проведение мероприятий, призванных способствовать привлечению инвестиций и технологий в регион, развитию Иркутской области и бизнеса на её территории.

Далее остановимся на анализе выставочных мероприятий, проводимых ОАО «Сибэкспоцентр». Рассмотрим, как изменилось количество экспонентов (в т. ч. зарубежных) и посетителей за последние 7 лет (с 2009 по 2015 гг.), а также рассмотрим результаты опросов участников и посетителей выставок за 2015 год.

Сравнительный анализ выставочных мероприятий за 2009-2015 гг

В период с 2009 по 2013 годы число участников неизменно росло с 1 555 компаний до 3 093 и лишь в последние два года их численность немного сократилась, что связано с общей экономической ситуацией (рис. 1). Важным моментом по привлечению новых участников является сама тематика выставок, их актуальность. Например, выставка, посвященная лесопромышленному комплексу Иркутской области, не ограничивается узкой специализацией, а расширяется за счёт сопутствующих тем, обсуждаемых и представляемых на выставке, что видно уже из названия: «Сиблесопользование. Деревообработка. Деревянное домостроение. Мебель». Также важным моментом является проведение дополнительных деловых мероприятий в рамках выставки, имеющих региональное значение, например, таких как форум «Лес и человек. Сибирь», который в 2016 году приобретёт ещё большую привязку к региону и получит название «Лес и человек. Иркутск».

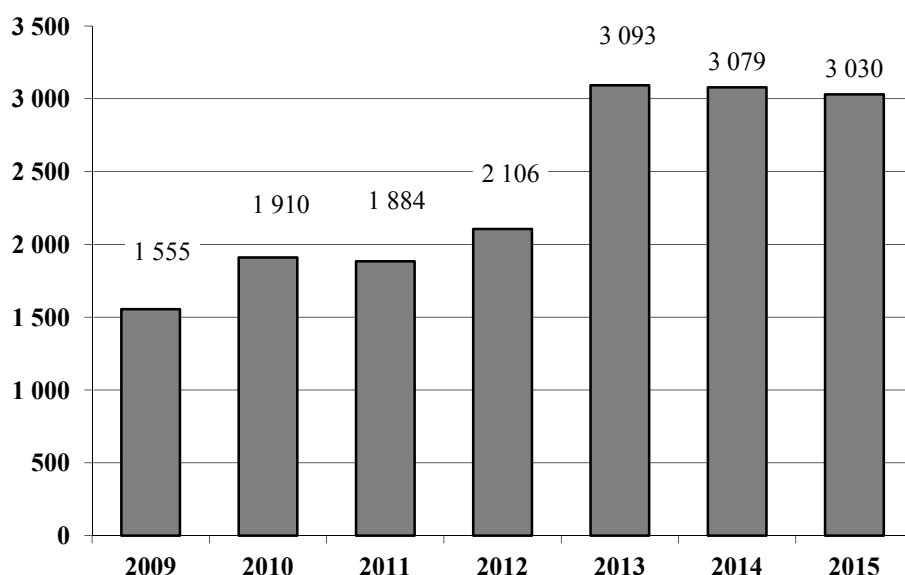


Рис. 1. Количество участников

Что касается посетителей (рис. 2), резкое увеличение их количества в 2012 году связано с появлением и включением в статистику ряда «внеплановых» мероприятий, таких как выставки «Православная Русь», «Товары из Индии», «Товары из Монголии», «Выставка кошек» и других. Организаторами таких мероприятий являются сторонние компании, но ОАО «Сибэкспоцентр» выступает в качестве места проведения и осуществляет информационную поддержку этих значимых событий.

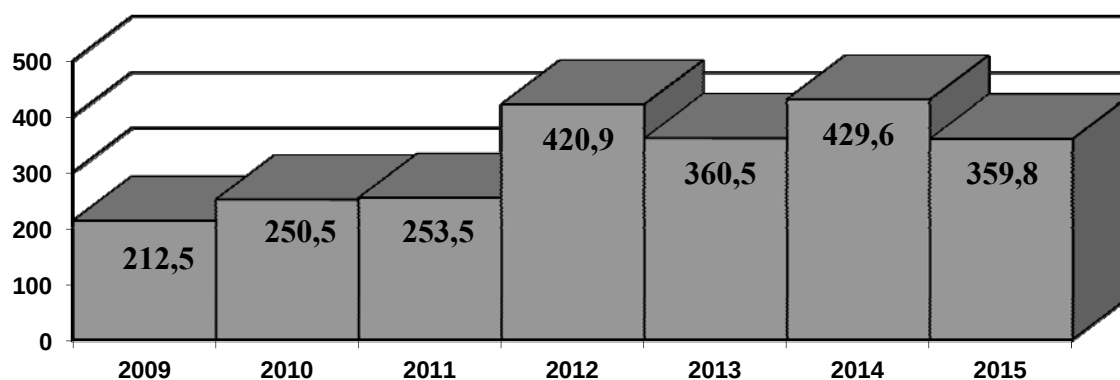


Рис. 2. Количество посетителей, тыс. чел.

Развитие международных связей «Сибэкспоцентра», расширение контактов и сотрудничество с зарубежными партнерами позволили увеличить количество иностранных экспонентов за последние семь лет в десять раз (рис. 3). Активная международная деятельность – это одно из приоритетных направлений деятельности выставочного комплекса. «Сибэкспоцентр» продолжает развивать международное сотрудничество, выступая опорной точкой для выхода зарубежных компаний на рынок Иркутской области. Перспективы взаимоотношений с иностранным бизнесом огромны, интерес к России у зарубежных органи-

заций по-прежнему большой, но политическая ситуация пока не даёт ему воплотиться в реальные дела. Остаётся рассчитывать на положительные изменения в экономической расстановке сил и налаживанию продуктивных международных отношений в ближайшем будущем. Сегодня акценты сместились с европейских компаний в сторону азиатских и арабских стран.

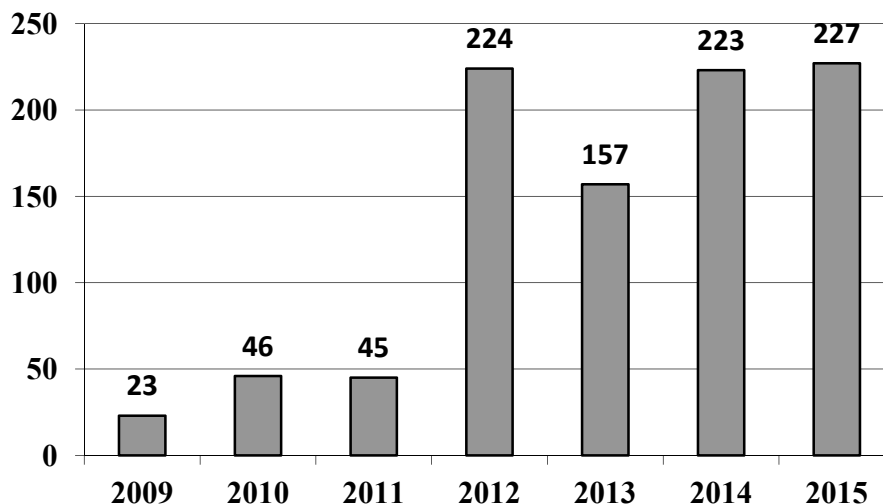


Рис. 3. Количество иностранных участников

Опросы участников и посетителей

Для получения обратной связи и изучения мнения экспонентов и посетителей выставок, проводятся опросы. Участников опрашивают на каждой выставке, а посетителей выборочно и не на всех выставках.

В опросе экспонентов (данные по 18 выставкам за 2015 год) приняли участие 746 респондентов. Анализируя результаты анкетирования, было выявлено (рис. 4):

81 % экспонентов оценили своё участие в выставках как эффективное или в основном эффективное. Это подтверждает заинтересованность компаний в участии в выставках, т. к. это даёт им возможность расширить рынок сбыта, презентовать свою продукцию, а также сравнить позиции своей компании с конкурентами. Большинство компаний-экспонентов заключили на выставке контракты, либо достигли договорённости об их заключении (73 %), также большинство экспонентов (86 %) выразили желание принять участие в выставках следующего года.

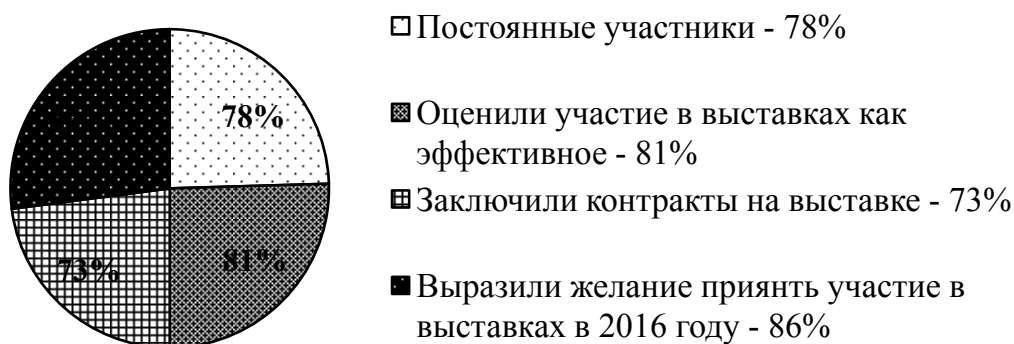


Рис. 4. Опрос экспонентов за 2015 год

Основная цель опросов посетителей – узнать источники информации о выставке, цель визита, а также профиль деятельности компании и должность лица, посетившего выставку. Полученная информация используется при дальнейшем планировании рекламной кампании, при составлении статистики и установления «уровня» ответственности при принятии решений. В 2015 году проводились опросы посетителей девяти выставок. Количество анкет составило 636, т. е. примерно 70 анкет заполнялось на каждой выставке. Ниже представлены итоги опроса посетителей за год.

Структурный состав посетителей (рис. 5) позволяет понять для кого, в первую очередь, интересна выставка, кто посещает деловую программу и осматривает выставочные стенды участников. Большая часть посетителей, приходящих на выставку – это руководители высшего и среднего звена и специалисты отрасли (35 % и 48 % соответственно).

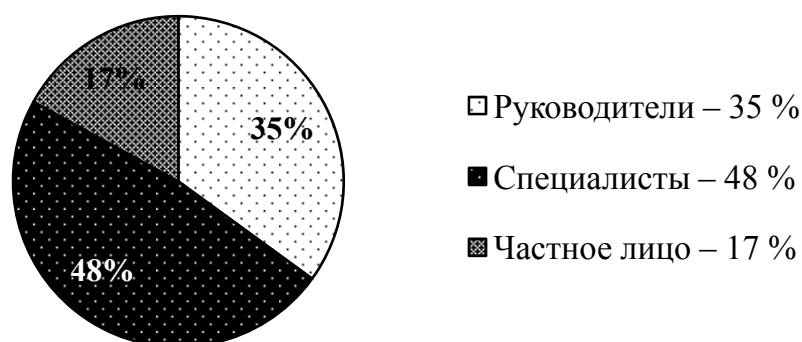


Рис. 5. Структурный состав посетителей

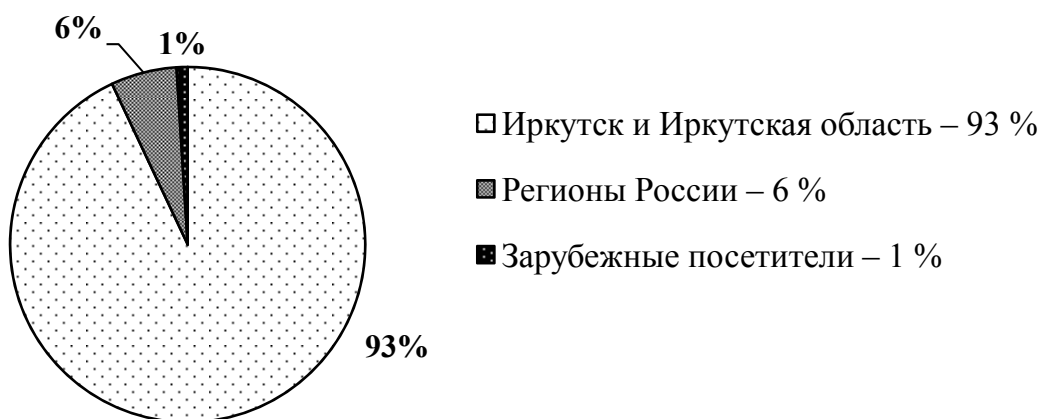


Рис. 6. География посетителей

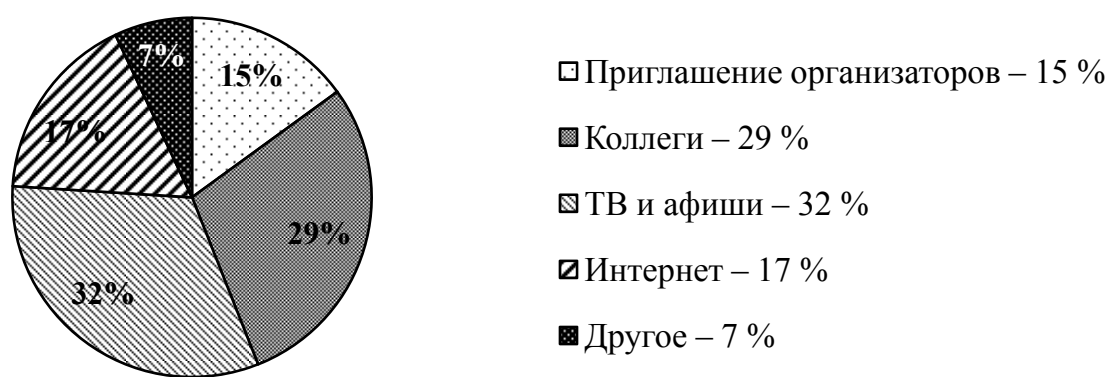


Рис. 7. Источники информации о выставке

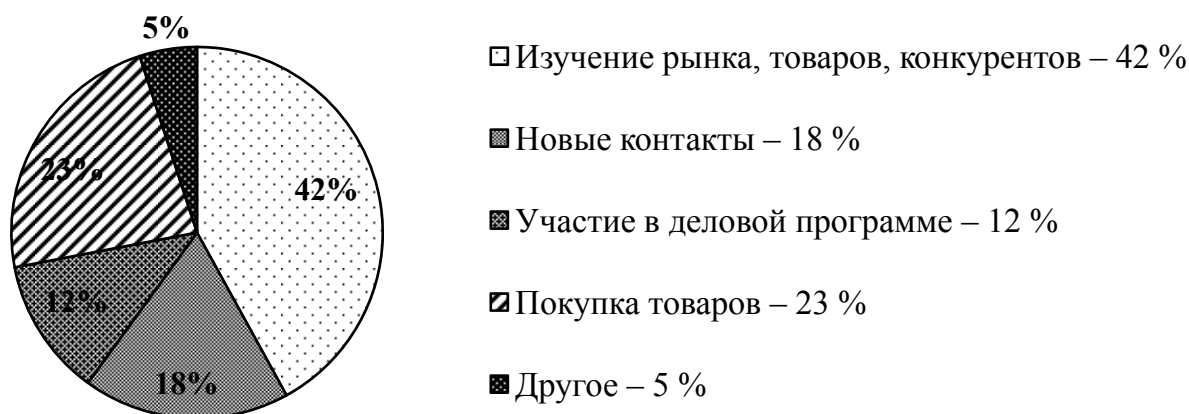


Рис. 8. Цель визита на выставку

В заключение хотелось бы остановиться на факторах, которые оказывают влияние на деятельность иркутского выставочного комплекса:

Во-первых, экономическая и политическая нестабильность в мире и в стране, которая может привести к очередному экономическому кризису и об-

щему снижению деловой активности потенциальных экспонентов. С одной стороны, ужесточение экономических санкций против РФ со стороны США и стран Евросоюза, а также продолжение роста курсов доллара США, Евро и других валют, что негативно сказывается на возможностях участия в выставках многих компаний, работающих с импортной продукцией. С другой же стороны страны азиатско-тихоокеанского региона в данной ситуации усиливают свою активность по налаживанию продуктивного сотрудничества с Россией, в т. ч. и с Иркутской областью.

Во-вторых, экономическая ситуация в регионе, что влечёт за собой увеличение или уменьшение интереса к участию в ряде иркутских выставок экспонентов как иностранных и российских, так и региональных.

В-третьих, важна поддержка со стороны региональных министерств и ведомств деловых мероприятий, проходящих в рамках выставок «Сибэкспоцентра», что напрямую влияет на качество деловых программ и, как следствие, на количество принимающих участие в выставке экспонентов и профессиональных посетителей.

В-четвертых, деятельность на выставочном рынке конкурентов играет не последнюю роль, особенно находящихся в географической близости (Красноярск, Новосибирск). Их активность может повлечь за собой отток экспонентов и профессиональных посетителей с иркутских выставок в пользу соседних регионов.

В современных рыночных условиях участие в выставочно-ярмарочной деятельности является для компаний одним из средств эффективной коммуникации. Выставки позволяют взаимодействовать с покупателями и потенциальными покупателями напрямую, а также увидеть своих конкурентов и оценить ситуацию на рынке в целом. Сегодняшняя ситуация не позволяет делать уверенные прогнозы на ближайшее будущее, но одно можно утверждать точно: выставки – универсальный, многоцелевой инструмент маркетинга, в т. ч. и инструмент развития экономики Иркутской области. Они отражают конкретный рынок в конкретном месте в конкретный момент, собирая вместе поставщиков, покупателей, специалистов, консультантов и СМИ.