

Проблемы и возможности формирования территориально- отраслевой матрицы КВД РФ

АНДРЕЙ ЖУКОВСКИЙ

Вице-президент РСВЯ, Генеральный директор ООО «РуссКом Ай-Ти Системс»

~~Выставка – это стенды, которые строят экспоненты для того, чтобы дать заработать выставочным операторам, застройщикам и сервис - провайдерам~~

Выставка – многопрофильный инструмент маркетинга

ПРОДАЖИ

МАРКЕТИНГ

НЕТВОРКИНГ



ИМИДЖ

РЕКЛАМА

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Выставка – эффективный формат делового общения, который должен решить задачи производителей, продавцов, закупщиков, специалистов, инвесторов, представителей государства.

Выставки действительно решают экономические задачи!



По результатам исследований в России:

1 м² выставочной площади нетто генерирует контрактов на 1 млн руб.*

Общая площадь нетто: около 2 млн. м²

Следовательно, выставки генерируют 3,4 триллиона рублей

Это более 3% (!) ВВП России

*Согласно исследованиям Комитета по маркетингу РСВЯ и «РуссКом Ай-Ти Системс», 2009-2012 гг. Участники исследования - более 10.000 компаний посетителей 48-ми выставок. Цифра приведена с учетом поправок на официальный уровень инфляции 2013-2019 гг.

Проблематика российского выставочного рынка



- ✓ **Отсутствие единого списка** выставочных мероприятий, которые поддерживает государство и бизнес => **не самые эффективные решения** государственных институтов
- ✓ **Недостаточно высокий уровень маркетинга** /позиционирования выставок, в том числе, в регионах, нераскрытый потенциал регионов
- ✓ **Непонимание** органами федеральной и региональной власти важности КВМ
- ✓ **Нецивилизованная конкуренция** между организаторами выставок
- ✓ **Увеличивающийся конкурентный перевес** других маркетинговых каналов, в том числе интернета

В результате:

- ✓ **Дезориентация участников** выставочного рынка
- ✓ **Ослабление выставок**, как канала маркетинга
- ✓ **Проигрыши** производителей, продавцов, покупателей
- ✓ **Не самые эффективные траты** бюджетных средств

Пример проблемного кейса: «Год инженера - 2024»



Исходные данные:

Минпромторг в лице «Департамента металлургии и материалов» составил список мероприятий для подачи заявок на участие в деловой программе «Года инженера – 2024», в который вошло **59 выставок, 23 форумных мероприятия, 15 музеев и парков.**

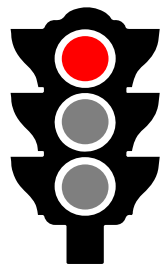
Проблемные зоны:

1. Задвоения

16.	ИННОПРОМ Большая промышленная неделя
17.	Международная промышленная выставка «Иннопром»

30.	Международный форум «Российская энергетическая неделя»
34.	Международный Форум «Российская энергетическая неделя»
37.	Российская энергетическая неделя

Пример проблемного кейса: «Год инженера - 2024»

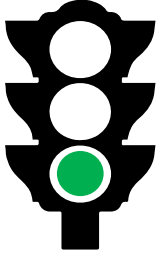


Проблемные зоны:

2. Отсутствие в списке ряда эффективных мероприятий, например:

Петербургский международный газовый форум НЕФТЕГАЗ	Нефть и газ	2-е место в номинациях "Выставочная площадь", "Профессиональный интерес", "Охват рынка"
Нева	Нефть и газ	Лучшая выставка России по тематике
Лесдревмаш	Катера, яхты, кораблестроение	Лучшая выставка России по тематике
Мир стекла	Лес и деревообработка	Лучшая выставка России по тематике
Фотоника. Мир лазеров и оптики	Оборудование и технологии для производства и обработки стекла. Стеклопродукция	Лучшая выставка России по тематике
Агропродмаш	Оптическая промышленность. Лазеры	Лучшая выставка России по тематике
Уголь России и Майнинг	Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты	Лучшая выставка России по тематике
Текстиль легпром	Природные ресурсы. Горнодобывающая промышленность	Лучшая выставка России по тематике
Химия	Текстиль, ткани	Лучшая выставка России по тематике
Металлообработка	Химия. Полимерные материалы	Лучшая выставка России по тематике
Электро	Машиностроение, металлообработка, станки, промышленное оборудование	Лучшая выставка России по тематике
	Электротехника	Лучшая выставка России по тематике

Цели формирования территориально-отраслевой матрицы



- ✓ **Отстроить выставки** одной тематики во времени и пространстве
- ✓ **Сделать выставки понятнее** для рынков, усилить их как канал маркетинга, полнее раскрыть возможности территорий
- ✓ **Развить региональные выставки => развить территории страны!**
- ✓ **Предоставить единый, продуманный перечень выставок** для **эффективной поддержки** институтам государственного управления и бизнеса
- ✓ **Достигнуть более цивилизованных принципов конкуренции** на выставочном рынке

Территориально-отраслевая матрица как инструмент решения проблем взаимодействия ассоциаций и выставок

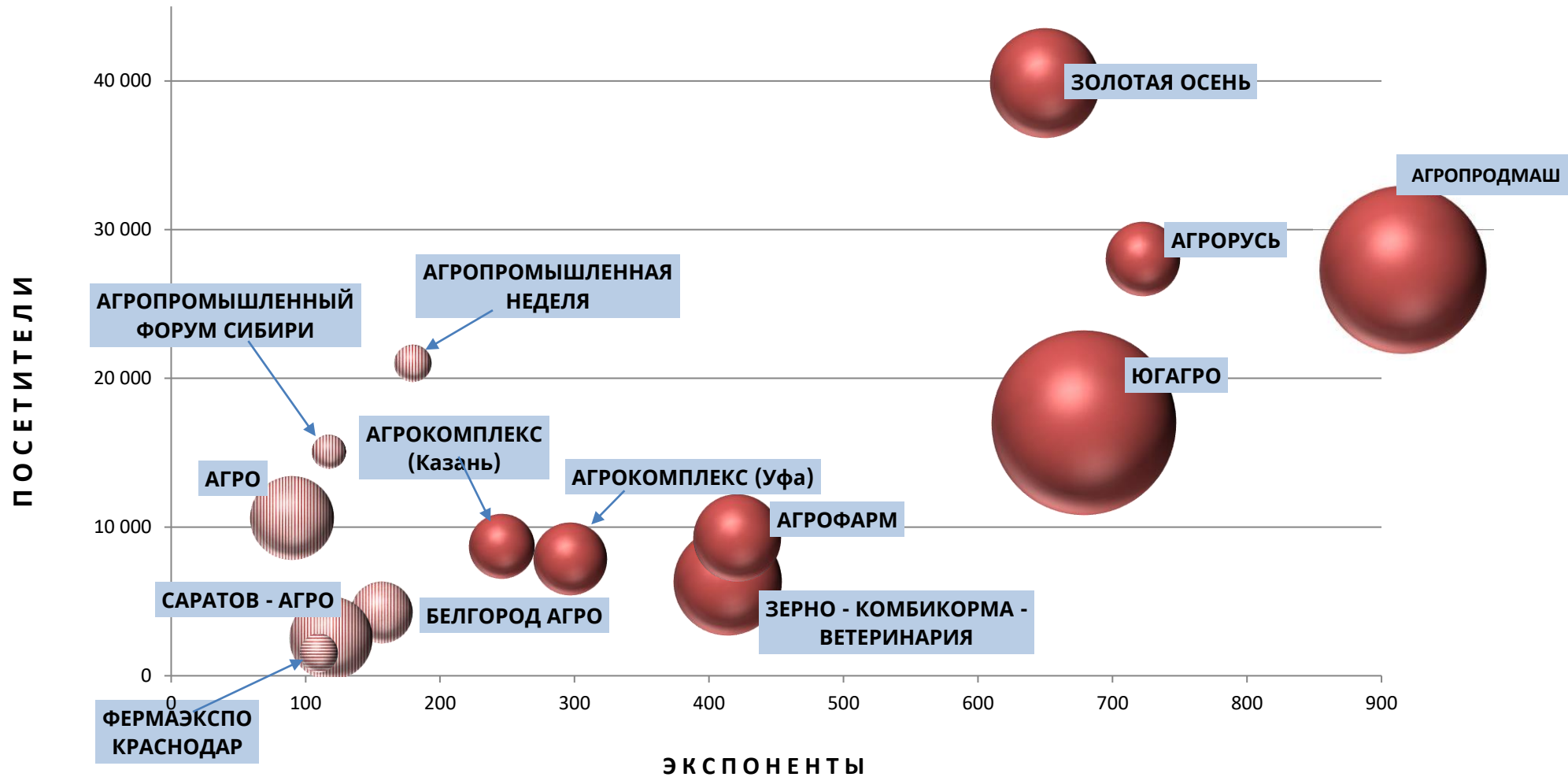
КАЛЕНДАРЬ	ГЕОГРАФИЯ	ТЕМАТИКА	СТАТИСТИКА	АНАЛИТИКА
Даты проведения мероприятий по организаторам, тематикам, федеральным округам, городам, выставочным центрам	Место проведения мероприятий по федеральным округам, городам, выставочным центрам	Перечень выставок и их характеристики (организатор, место, даты, формат проведения, статистические параметры и др.) по отдельным тематикам	Статистические параметры выставок , размещенных в алфавитном порядке и сгруппированных по тематикам	Аналитические данные выставочной индустрии по тематикам, федеральным округам, городам, выставочным центрам и России в целом

Пример: Конкуренция карта основных КВМ по тематике «Сельское хозяйство»

РАЗМЕР КРУГА = ПЛОЩАДЬ НЕТТО ВЫСТАВКИ

Статистические параметры выставок проверены и подтверждены в ходе аудита

Статистические параметры не проверены в ходе аудита, предоставлены организаторами



Этапы создания матрицы

1. Сбор информации

ЛК на сайте РСВЯ, обзвон операторов – множественные контакты, получение аналитики от регионов, отраслей и государственных институтов

2. Анализ информации

Выявление слабых и сильных мест, поиск точек роста

3. Выработка решений

Проведение многосторонних встреч «РСВЯ – Ассоциации – государство», формирование единого списка поддержки, генерация новых проектов

Проблемы создания матрицы

Основная проблема – нахождение заинтересантов (!)

Возможные варианты:

- 1. Общегосударственный подход:** «межотраслевые» федеральные структуры - Минпромторг, Минэк, АСИ, Минрегионразвития и т.д.
- 2. Территориальный подход:** региональные исполнительные власти. Региональные выставочные операторы.
- 3. Отраслевой подход:** ассоциации или отраслевые министерства.

Практическая задача №1: поиск заказчиков!

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**Жуковский А.К.
andre@it-systems.ru**