

14 ВОСКРЕСЕНЬЕ 19:00
ФЕВРАЛЯ



НАРОДНЫЙ АРТИСТ РОССИИ
АЛЕКСАНДР МАЛИНИН

Снежный Бал

19 февраля



Олег Митяев

Юбилей в кругу друзей

АЛЕКСЕЙ ЧУМАКОВ

18 марта



СТРАСТИ ПО МАТФЕЮ




30 марта
среда 20.00

РАДИО ДАЧА
92.4 fm

ВЕСЕННИЙ КОНЦЕРТ
21 АПРЕЛЯ

Disco
ДАЧА



IL VOLO

RUSSIAN TOUR
2016
8 ИЮНЯ

Бизнес и Выставки

№1 (79) 2016



Вернуть флот
с. 16

Шведский стол
с. 44

Путь к вершине
с. 46

С имперским размахом
с. 60

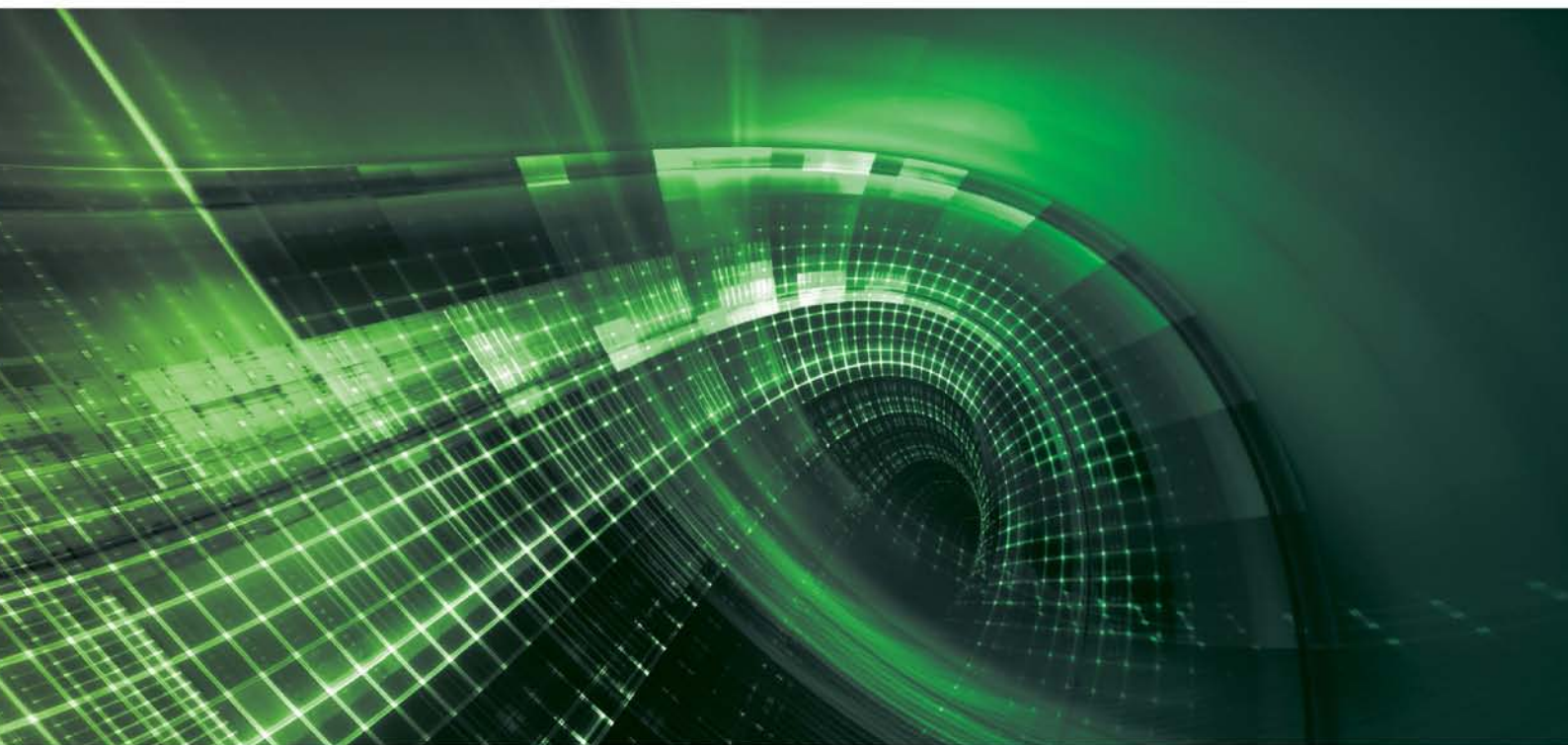
БИЗНЕС НА КРЫЛЬЯХ
с. 12



ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ ВО ВСЕХ ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ

ЭК ТЕХ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА-ФОРУМ



26-29 апреля 2016 года

- первая в России межотраслевая экологическая экспозиция технологий, оборудования, инноваций и услуг
- ключевое событие года – от лучших «зеленых» решений до их внедрений
- вектор инновационного экологического развития российских регионов
- диалог государства и бизнеса, инвесторов и инноваторов
- экскурс в наступающее «зеленое» будущее России и мира

КРОКУС ЭКСПО
III павильон, залы 13, 20

Тел.: +7(495)727-25-23
www.ecotech-expo.ru

Организаторы:



 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

При поддержке:



Издатель

Араз АГАЛАРОВ

Главный редактор

Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора

Ирина СКИБИНСКАЯ

Редактор

Надежда КАЛМЫЧКОВА

Отдел рекламы:

Тел.: (495) 223-4215

Адрес редакции:

143402, Московская область,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16
МВЦ «Крокус Экспо»
Тел./факс: (495) 727-2676
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>
<http://www.biv-expo.ru>

Эл. почта: journalbv@crocus-off.ru

Учредитель:

АО «КРОКУС»
Адрес: 143402, Московская обл.,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16

Дизайн-проект и верстка:

ООО «ПИКСЕЛПРО»
www.pixelpro.ru

Отпечатано:

ООО «Первый полиграфический комбинат»: 143405, Московская обл., Красногорский р-н,
п/о Красногорск-5,
Ильинское ш., 4-й км

Распространение

в деловых центрах Москвы:
Агентство Мамма Миа
www.mamamia.ru

Подписка в редакции журнала:

тел. (495) 223-4215

Журнал зарегистрирован
в Федеральной службе
по надзору за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций
и охране культурного наследия.
Регистрационный номер
ПИ № ФС77-26532 от 08.12.2006

Воспроизведение любых материалов,
опубликованных в журнале,
только с разрешения редакции.
Редакция не несет ответственности за
содержание рекламных объявлений.

Тираж 12 000 экз. Цена свободная.



От издателя	4
Крокус: новости компании	5

ГЛАВНАЯ ТЕМА

Слет профессионалов	6
Не всё потеряно	8
Бизнес на крыльях	12
Вернуть флот	16
Без земли не полетишь	18
Летите на все четыре стороны	22

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы	28
«Крокус Экспо»: день за днем	30
Свое ТВ	32
Чей стенд лучше	33
Питаться надо хорошо	34
«По вечерам над ресторанами...»	36
Едим дома?	40
Шведский стол	44

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Путь к вершине	46
----------------------	----

ВЫСТАВОЧНЫЕ И КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ

Куда? На выставку в Познань!	52
------------------------------------	----



РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Цена и качество выставочных услуг	56
---	----

ИЗ ПРОШЛОГО

С имперским размахом	60
----------------------------	----

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов	64
-------------------------	----

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Американские дефициты – секрет живучести ..	66
---	----

ДАЙДЖЕСТ

Торговый договор трансформирует ЕС	71
Почему ОПЕК утратила влияние	74
Китаю выгодны санкции	75
Экономика-2016: что нужно знать	76

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Авиация	26
Гостиничный и ресторанный бизнес	35
Выставки компании Międzynarodowe Targi Poznańskie	55
«Крокус Экспо»	79





ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Экономические итоги 2015 г. оказались не самыми лучшими. В стране произошло снижение ВВП, инфляция выросла до двузначной величины, сократились инвестиции, курс рубля понизился за год почти в два раза. Для российской экономики складывается достаточно жесткая ситуация. Цена на нефть, от экспорта которой в существенной мере зависит положение в хозяйстве страны, опустилась до уровня 2004 г. После длительного периода профицитного бюджета Правительство вынуждено составлять его с плановым дефицитом. Всё это говорит о необходимости перестройки экономической политики, о разработке новых механизмов влияния на развитие хозяйства.

Преыдущие благополучные годы показали, что российская действительность не способствует экономической активности, если в ее основе не лежит торговля нефтью. В стране продолжают существовать неоправданные административные барьеры, оставляют желать лучшего инвестиционный климат и среда обитания. Бизнес сталкивается с тем, что для реализации любого нового проекта необходимы сотни согласований, десятки проверок со стороны многочисленных контролирующих структур. Всё это затрудняет работу, теряется время, отвлекаются силы, растет себестоимость продукции.

Но в новой ситуации можно усмотреть и позитив. Снижение мировых цен на нефть должно привести и к уменьшению цен на энергоносители на внутреннем рынке, особенно с учетом падения курса рубля, а значит — к снижению издержек предприятий на производство товаров (если, конечно, в стране будут поддерживаться соответствующие условия для нормального экономического развития и ведения бизнеса). По логике это должно способствовать снижению инфляции, стимулированию расширения производства.

Что же касается преодоления кризисного периода в целом, то методы известны: они заключаются в создании эффективного механизма управления, в стимулировании хозяйственной самостоятельности, в поддержании производства, высокого уровня занятости и потребления. Других рецептов пока не придумано.

Араз АГАЛАРОВ



Президент Crocus Group Араз Агаларов выступил в Московской школе управления «Сколково» в рамках мероприятия Speakers Night. Организаторы назвали лекцию «Араз Агаларов — дирижер из списка Forbes», взяв за основу его высказывание в одном из интервью: «...Я не строитель, не выставочник, не ритейлер, я дирижер: контролирую, чтобы всё работало слаженно и получалось красиво». Араз Агаларов рассказал о своей стратегии ведения бизнеса, об истории создания компании, этапах ее развития и ответил на вопросы слушателей. Speakers Night — серия регулярных встреч, проводимых в «Сколково» с наиболее яркими и успешными представителями мира бизнеса, искусства, политики и спорта.



Заместитель директора МВЦ «Крокус Экспо» Мустафа Меликов принял участие в 82-м конгрессе Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), состоявшемся в ноябре 2015 г. в Милане. Одним из вопросов повестки дня конгресса было избрание нового президента UFI, которым впервые стал представитель России, президент Российского союза выставок и ярмарок Сергей Алексеев. На конгрессе присутствовало более 480 делегатов из 53 стран. Во Всемирную ассоциацию выставочной индустрии входит 676 организаций, занимающихся подготовкой и проведением выставочных мероприятий, из 82 стран.



МВЦ «Крокус Экспо» обновил данные о своей выставочной площади. Согласно последним оценкам, с учетом нового строительства и модификации действующих павильонов общая выставочная площадь комплекса насчитывает на начало 2016 г. 701,8 тыс. кв. м. Согласно принятой во Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) методике, выставочная площадь МВЦ «Крокус Экспо», предназначенная для сдачи в аренду, составляет в настоящее время 585,1 тыс. кв. м, из которых 366,1 тыс. кв. м — закрытая площадь, а 219 тыс. кв. м — открытая.

Компания Crocus Group оказала благотворительную поддержку созданию в Екатеринбурге Президентского центра Бориса Ельцина. Президент Crocus Group Араз Агаларов принимал участие в торжественной церемонии открытия музея. Фонд «Президентский центр Б. Н. Ельцина» («Ельцин Центр») — некоммерческая организация, основная задача которой — сохранение, изучение и осмысление исторического наследия Бориса Ельцина в контексте политических и социальных событий 90-х годов.

Компания Crocus Group провела ставшую традиционной новогоднюю благотворительную акцию «Волшебная Ёлка VEGAS». Ее целью является сбор средств на подарки и на улучшение условий проживания детей из 54 детских домов и реабилитационных центров. Благотворительная акция проводилась совместно с Фондом культурно-музыкального наследия Муслима Магомаева. Первый вице-президент Crocus Group Эмин Агаларов посетил в декабре 2015 г. Красногорский социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних. Он вручил детям новогодние подарки, которые были приобретены на собранные в рамках акции средства.



СЛЕТ ПРОФЕССИОНАЛОВ

9-10 февраля 2016 г. в Москве, в МВЦ «Крокус Экспо», состоится 3-я национальная выставка инфраструктуры гражданской авиации (National Aviation Infrastructure Show). Выставка NAIS — ключевое событие в индустрии гражданской авиации и развития инфраструктуры аэропортов, объединяющее на одной площадке профессионалов отрасли, авиационные власти и профильные ассоциации. Организатор — компания Reed Exhibitions.

В своем обращении к участникам выставки министр транспорта РФ Максим Соколов отметил: «Сегодня российская авиационная отрасль сталкивается с глобальными экономическими вызовами. Безусловно, в текущей ситуации основным приоритетом авиационных властей остается развитие и поддержание цивилизованного рынка воздушных перевозок посредством использования инструментов поддержки авиакомпаний и создания современной аэропортовой сети.

Воздушные трассы должны связывать экономическое пространство страны и предоставлять возможность поддержания достойного уровня жизни в районах, недоступных для других видов транспорта. Становится очевидным, что для решения этих задач нам необходимо искать нестандартные и инновационные подходы».

Выставка NAIS-2016 как нельзя лучше соответствует этому призыву. Мероприятие в очередной раз станет основной площадкой для диалога официальных представителей авиационных властей, руководителей аэропортов, авиакомпаний, а также представителей бизнес-сообщества и инвестиционных институтов.

В рамках выставки предусмотрена обширная деловая программа, которая включает в себя проведе-

ние ежегодного отраслевого форума NAIS-2016 и работу центра деловых переговоров. 9 февраля 2016 г., в День работника гражданской авиации, состоится церемония вручения наград победителям и лауреатам 2-й национальной премии «Воздушные ворота России», которая поощряет наиболее эффективно и стабильно развивающиеся аэропорты России.

Ключевыми темами форума станут «Авиационная отрасль России: глобальные вызовы современности», «Аэропортовая сеть РФ: взгляд с позиции рынка авиаперевозок», «Перевод воздушных судов в российский реестр: проблемы и перспективы», «Безопасность авиационных перевозок» и другие.

Премьера выставки — новый раздел «Наземная техника и обслуживание воздушных судов». Организаторы выставки поняли, что с каждым годом все больше участников выставки хотят продемонстрировать современную наземную аэродромную технику и технику для обслуживания ВС в аэропортах. Для этих компаний и создан специальный раздел GSE (Ground support equipment), где производители и поставщики наземной техники для аэропортов и обслуживания ВС смогут представить образцы своей продукции.

Выставка
NAIS
приурочена
к празднованию
Дня работника
гражданской
авиации



В 2015 г. на площадке форума NAIS состоялось 12 деловых мероприятий в формате пленарных заседаний, конференций, круглых столов и дискуссионных панелей. Делегатами форума стали более 1500 специалистов отрасли, среди них делегации из 60 аэропортов и 40 авиакомпаний.

MIOF
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

18-я международная специализированная выставка
16-19 февраля | 2016 года
МВЦ «Крокус Экспо», III павильон, зал №15



- Очковые линзы
- Оправы для очков
- Офтальмологическое и оптометрическое оборудование
- Специализированные оптические издания
- Контактные линзы и средства по уходу за ними
- Футляры и принадлежности по уходу за очками и линзами, аксессуары

- Программное обеспечение для систем подбора очков
- Готовые корректирующие очки
- Станки для обработки линз, технологическое оборудование для оптических мастерских
- Торговое оборудование для магазинов оптики
- Спортивные очки
- Солнцезащитные очки

Организатор:
КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

Тел./факс: +7 (495) 983-06-78
E-mail: begunova@crocus-off.ru,
krushina@crocus-off.ru,
zhuravskaya@crocus-off.ru
www.optica-expo.ru



НЕ ВСЁ ПОТЕРЯНО

В преддверии Дня гражданской авиации, который отмечается в России 9 февраля, и приуроченной к празднику выставки инфраструктуры гражданской авиации National Aviation Infrastructure Show журнал «БиВ» взял интервью у генерального директора Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации Виктора ГОРБАЧЕВА.

■ Состояние гражданской авиации в последнее время привлекает к себе повышенное общественное внимание — людям небезразлично, на каких самолетах они летают. Каково сейчас положение дел в этой отрасли?

— Российская гражданская авиация претерпела значительные изменения за последние 25 лет. С одной стороны, можно говорить о ее развитии, о совершенствовании парка воздушных судов, о внедрении новых технологий. С другой стороны, эти изменения мало соответствуют основным мировым тенденциям, но самое главное — они не отвечают, на мой взгляд, реальным

потребностям нашей страны. Так, изменение парка самолетов произошло в основном за счет увеличения доли иностранных судов, при этом не новых. Отечественное самолетостроение находится в упадке. Количество аэропортов сократилось по сравнению с 1991 г. почти в 5 раз.

■ Почему гражданская авиация не сумела вписаться в новую социально-экономическую реальность?

— Советские самолеты оказались неконкурентоспособными в условиях рынка и не выдержали соперничества с западными моделями. Аэропорты, прежде всего местные и региональные, стали закрываться в результате сокращения государственной поддержки аэропортового хозяйства, уменьшения пассажиропотока, старения и выбытия парка самолетов.

При этом преобладающая часть вышедших аэродромов находилась в Сибири и на Дальнем Востоке.

Российская гражданская авиация оказалась в порочном круге, в котором, с одной стороны, уменьшение пассажиропотока привело к снижению доходов авиакомпаний, с другой стороны, в условиях отсутствия государственной поддержки аэропорты вынуждены были поднимать тарифы на свои услуги, что еще больше снижало пассажиропоток и делало авиаперелеты нерентабельными, вынуждая авиакомпании закрывать линии и прекращать полеты. А когда нет полетов, то и существование аэропортов теряет смысл, и они ликвидировались, при этом, как правило, с полной потерей всего имущества и оборудования.

Для примера сошлюсь на утрату подмосковного аэропорта в Быково, который когда-то принимал авиалинии из многих российских городов, с Украины и из Белоруссии, пропускав в год более 1,2 млн пассажиров. Переход на обслуживание авиалиний

сти и преимущества малой авиации для экономики России переоценить трудно. Круг задач для нее весьма обширен — это не только перевозка людей и грузов в труднодоступные районы, но и оказание медицинских услуг, доставка почты, лесозащитное патрулирование, рыбоорудование и рыбоохрана, агрохимическая защита растений и внесение удобрений, проверка линий связи и электропередачи, патрулирование газо- и нефтепроводов и многое другое. Однако выполнение этих работ стало во многих случаях невозможным в связи с ликвидацией местных аэропортов и дефицитом самолетов малой авиации из-за их старения и выбытия, а также в связи с прекращением их производства в стране.

Российская гражданская авиация пошла по пути расширения международных пассажирских перевозок в ущерб внутреннему авиасообщению. Так, если в конце 80-х годов на внутренние полеты приходилось порядка 90% всех перевозок, то в настоящее время их доля составляет всего около 35–40%.

Отечественное светотехническое оборудование используют только 6 аэропортов, при этом импортное оказывается дешевле и лучше по качеству

из стран СНГ потребовал изменения статуса аэропорта на международный. Этого почему-то сделано не было, аэропорт стал нерентабельным и прекратил свое существование с утратой всей инфраструктуры.

■ Логично предположить, что для России с ее огромными территориями авиационный транспорт должен играть первостепенное значение. Как обстоят дела с региональным и местным авиасообщением?

— Действительно, для таких регионов, как Сибирь, Дальний Восток и Крайний Север, со слаборазвитой инфраструктурой воздушный транспорт является зачастую единственным средством сообщения. Здесь просто жизненно необходима местная авиация. Но именно она испытывает наибольшие трудности. Сейчас на местных воздушных линиях перевозится всего 8–9% общего внутреннего пассажиропотока российских авиакомпаний, в то время как возможно-

Самые загруженные аэропорты мира, 2013 г.	
Город, аэропорт	Число пассажиров в год, млн
Атланта, Hartsfield	94,0
Пекин, Capital	83,7
Лондон, Heathrow	72,4
Токио, Haneda	68,9
Чикаго, O'Hare	66,9
Лос-Анджелес, International	66,7
Дубай, International	66,4
Париж, Charles de Gaulle	62,1
Даллас, Ft Worth	60,4
Джакарта, Soekarno-Hatta	59,7
Гонконг, International	59,6
Франкфурт, Rhein-Main	58,0
Сингапур, Changi	53,7
Амстердам, Schiphol	52,6
Денвер, International	52,6

Источник: Pocket World in Figures, 2015 Edition, The Economist

■ Что делается для восстановления и поддержания гражданской авиации и ее инфраструктуры?

— В принципе существует федеральная целевая программа по развитию гражданской авиации. Но средства, которые предусмотрены в ней на поддержание

Число аэропортов в некоторых странах*, 2013 г.	
Страна	Число аэропортов
США	13513
в т. ч. шт. Аляска	280
Бразилия	4093
Мексика	1714
Канада	1467
Аргентина	1138
Германия	539
Китай	507
Австралия	480
Франция	464
Великобритания	460

* С твердым и грунтовыми покрытиями. Источник: The World Factbook, 2015, CIA



Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации образована в декабре 1990 г. и является негосударственной, некоммерческой организацией. Она занимается оказанием услуг, связанных с анализом, освоением и внедрением достижений мирового опыта в практику работы аэропортовых комплексов на территории стран СНГ. В составе ассоциации существуют 9 комитетов по разным направлениям деятельности аэропортов. В нее входит более 200 аэропортов, предприятий и разных организаций из 18 стран.



Для восстановления инфраструктуры гражданской авиации необходимо политическое решение и всеобъемлющая программа развития, предполагающая целевое государственное финансирование.

аэропортовой инфраструктуры, составившие, например, в 2014 г. 33 млрд руб., явно недостаточны. Реальные потребности составляют минимум 70–80 млрд руб. К тому же выделяемые средства предназначены прежде всего для поддержки аэропортов федерального значения, а их всего 62. Остальные, более 200 аэропортов, вынуждены самостоятельно находить источники финансирования.



На местных воздушных линиях перевозится всего 8–9% общего внутреннего пассажиропотока российских авиакомпаний

Для понимания масштаба необходимых средств сошлюсь на программу финансирования развития только одного аэропорта Дрездена в Германии, которая предусматривает годовые расходы в размере 5 млрд евро. В США из почти 15 тыс. аэропортов порядка 600 считаются стратегическими. Все они не прибыльные: всё, что зарабо-

тывают, тратят на свои нужды. При этом они освобождены от всех видов налогов, а финансирование развития осуществляется из госбюджета по целевым заявкам от самих аэропортов, и, кроме того, каждый из них ежегодно получает минимальную гарантированную субсидию в размере 1 млн долл.

Существенным источником финансирования аэропортов могла бы стать их хозяйственная и коммерческая деятельность. Но в этой области их возможности в России либо весьма ограничены, либо просто не отрегулированы законодательно. Доходы от коммерческой деятельности в аэропортах и на прилегающей территории в массе своей идут мимо аэропортов. В результате этого поступления от неавиационной деятельности в российских аэропортах составляют в среднем максимум 10–12% от общих доходов, получаемых авиакомплексом. Для примера можно сослаться на мировую практику, где доходы от неавиационных услуг, оказываемых на территории аэропортов, составляют около 70% общих доходов авиакомплексов, и только порядка 30% приходится на сборы от непосредственно авиационной деятельности, т. е. от обслуживания авиакомпаний.

Вы хотите сказать, что финансирование аэропортов связано не только с прямыми государственными дотациями, но и с возможностями самофинансирования?

— Совершенно верно. Права аэропортов в области хозяйственной деятельности у нас законодательно чрезвычайно ограничены как организационно, так и территориально. Например, полномочия аэропорта распространяются только на площадь внутри его здания или в пределах окружающего его забора, а за пределами распоряжается уже местная муниципальная администрация, которая и регулирует всю приносящую доход деятельность. В отличие от этого во Франции, например, аэропорты имеют право распоряжаться прилегающей территорией в пределах нескольких километров от основной границы его территории.

Неотъемлемой частью авиационной инфраструктуры является соответствующее оборудование. Насколько отечественная промышленность в состоянии удовлетворять спрос на него?

— С финансовыми проблемами аэропортов тесно связаны и вопросы обеспечения техникой. Аэропортовое оборудование нуждается в постоянном обновлении и совершенствовании. В значительной степени это осуществляется за счет закупок по импорту, что требует значительных средств. Так, если говорить о светотехническом оборудовании, то в России его производят только два предприятия, и они не могут удовлетворить существующие потребности. В то же время из-за рубежа такое оборудование поставляют 6 иностранных компаний. Из действующих 297 аэропортов отечественное оборудование используется только в 6, при этом, как показывает практика, импортное оказывается дешевле и лучше по качеству.

Еще более сложная ситуация с оборудованием связи и управления полетами. В этой области почти невозможно найти отечественного производителя.

Вместе с тем, возможности восстановления гражданской авиации как отрасли еще не утеряны. Но для этого, по моему мнению, необходимо политическое решение и в соответствии с этим всеобъемлющая программа развития, предполагающая целевое государственное финансирование.

Касаясь конкретно аэропортовой инфраструктуры, наша ассоциация ставит перед собой задачу добиться принятия закона «Об аэродромах, аэропортах и аэропортовой деятельности в РФ», который регулировал бы их функционирование, определил бы их самостоятельность как хозяйствующих субъектов. Это позволило бы решить проблему финансирования развития аэропортов и вписать их в современную транспортную структуру.

Беседовал Борис ПАВЛОВ



SHORE HOUSE
10 ЛЕТ
РЕСТОРАН • ЯХТ-КЛУБ

РЕСТОРАН • ЯХТ-КЛУБ • БАССЕЙН

66 КМ МКАД (ВНЕШН.),
КРАСНОГОРСК
ТЕЛ.: +7 (495) 727 26 78,
+7 (926) 223-91-94

RESTAURANTS by Crocus Group

NOVIKOV GROUP OF COMPANIES SINCE 1986



БИЗНЕС НА КРЫЛЬЯХ

Гражданская авиация — самый молодой вид транспорта. Впечатляет не только скорость, с которой она «взлетела», — всего-то за несколько десятилетий, но и фантастические перспективы ее развития. То, что еще вчера казалось буйной фантазией, сегодня находится в чертежах разработчиков.

Гражданская авиация может быть отнесена к сфере услуг. Доходы от этого рода деятельности больше всего зависят от благосостояния населения страны, в которой эти услуги предоставляются. Как в любом бизнесе, авиакомпании рождаются и умирают, объединяются и раскалываются в зависимости от конъюнктуры рынка.

Для России с ее огромными расстояниями гражданская авиация — порой единственный способ сообщения между населенными пунктами

На мировом рынке авиаперевозок в периоды кризиса мелкие компании с целью минимизации расходов и увеличения прибыли объединяются. Как в Европе, так и на межконтинентальном уровне (Европа и США) такие слияния и образования альянсов сегодня — нормальное явление. При этом старые, известные компании, объединяясь, становятся крупнейшими авиаперевозчиками и легко поглощают более мелкие местные авиакомпании других стран. По сути, это завоевание иностранного рынка путем легальной конкуренции: местным авиаперевозчикам ничего не остается, кроме как влиться в состав авиаальянса.

Поглощение какими-либо авиаальянсами российским авиакомпаниям пока

не грозит в силу того, что наш рынок закрыт для иностранного авиабизнеса. Регулярные рейсы иностранных авиакомпаний из любой страны мира в Россию осуществляются постоянно, однако на внутренних перевозках иностранцев нет. И тем более невозможно представить, что они могли бы купить российскую авиакомпанию. Столь же нереально выглядит и вероятность покупки Россией каких-либо иностранных авиакомпаний.

С распадом СССР распалась и советская гражданская авиация. Причем разделена она не только границами бывших союзных республик. В самой России на сегодня насчитывается 170 авиакомпаний. Из них лидирующих по объемам перевозок до последнего времени было всего четыре: «Аэрофлот», «Трансаэро» (ликвидирована в 2015 г.), «Сибирь», «Ютэйр». Еще около 10 компаний перевозят порядка 1 млн пассажиров в год. Из 170 компаний всего по 35 публикуется какая-либо статистика. Все остальные имеют по несколько самолетов, которые практически не летают.

На чем летать регионам

Сегодня в России большое внимание уделяется развитию местных воздушных линий (МВЛ). Правительства ре-

гионов, да и федеральные власти готовы вкладывать деньги, авиакомпании разрабатывают новые маршруты, но вот вопрос выбора базовой модели самолета остается до сих пор открытым.

Выбор, конечно же, есть. Но, как известно, чем больше ассортимент, тем сложнее принимать решение, и самолеты для МВЛ тут не стали исключением. Наибольшие шансы имеет на сегодня восстановленный вариант легендарного Ан-2. Точнее, его новая модификация, которых по факту вообще уже две. Первая — вариант от генерального разработчика АНТК им. Антонова самолет Ан-2-100 с новыми двигателями МС-14 от украинской компании «Мотор Сич». Казалось бы, все логично. Разработчик создал и предложил рынку новую модификацию, но ее не спешат принимать в России. Вместо этого российская СибНИА разрабатывает собственную версию на базе «кукурузника», получившую маркировку Ан-2МС, оснащая его двигателями ТРЕ331-12UAN от американской компании Honeywell. Причина такого решения — нежелание быть привязанными к зарубежному разработчику и производителю, платить роялти и прочие дополнительные затраты при импорте авиатехники.

Правда, другие претенденты также не являются российскими разработками. На второе место можно поставить чешский самолет L 410UVP-E20. Самолет уже стал поставляться в Россию, неплохо зарекомендовал себя в нескольких регионах Севера и Дальнего Востока, но цена вопроса остается довольно высокой. К тому же разработчик и производитель Let Kunovice хотя и принадлежит российской «Уральской горно-металлургической компании», все равно является чешской компанией со всеми проблемами, как и в случае с украинским КБ «Антонов». Правда, УГМК обещает наладить выпуск самолетов в России, тогда шансы у модификации явно возрастут.

Можно выделить еще один чешский проект — Evector EV-55 Outback. Это совершенно новый самолет, а не глубокая модернизация «классики». По характеристикам он может успешно конкурировать, а иногда и значительно превосходить своих «старших братьев». Однако модель пока не обкатана, и, как поведет себя на практике,



Из 170 авиакомпаний России всего 35 публикуют какую-либо статистику. Все остальные имеют по несколько самолетов, которые практически не летают

неизвестно. В любом случае самолет уже закуплен красноярской авиакомпанией и ожидает поставок в ближайшее время. Кроме того, чехи собираются наладить отверточную сборку модели в России.

Из сугубо российских моделей можно выделить разве что смоленско-самарский самолет «Рысачок», который сегодня проходит сертификационные испытания. Однако, если не будет крупного заказа, то модель может так и не пойти в серию. Хотя Министерство промышленности и торговли обещало НКФ «Техноавиа» к 2016 г. запустить производство «Рысачка», «Техноавиа» это не «Объединенная авиастроительная корпорация» и не государственное КБ, так что пока все остается только на бумаге.

В любом случае выбор есть, и выбор довольно неплохой. Остается надеяться, что эксплуатанты сделают его правильно и рационально. Нужно не забывать, что для России с ее огромными расстояниями гражданская авиация — порой единственный способ сообщения между населенными пунктами.

Фантазии — в жизнь

Но какое же будущее у гражданской авиации? Новейшие веяния конструкторской мысли гражданской авиации могут оказаться реальностью уже совсем скоро, в 2030–2035 гг. Ряд ведущих



Гражданская авиация развивалась невиданными темпами. Для того, чтобы стать одним из популярнейших видов пассажирского транспорта, затмившим железнодорожный, ей потребовалось всего 60 лет. Первые авиапассажиры появились в 1908 г.; первый авиагруз был доставлен в 1910-м; первый чартерный рейс был совершен в 1911-м; первая авиакомпания, перевозившая пассажиров по расписанию, была создана в 1914 г.; первая стюардесса появилась в 1930-м; маршал авиации — в 1968 г.



Boeing Volt



обладающих сверхзвуковыми и дозвуковыми характеристиками, экономичностью и вместимостью. Данные летательные аппараты должны были сочетать в себе уже известные технологии и те разработки, которые еще не вышли за стены лаборатории.

Новое видение существующих технологий представили сразу несколько учреждений, в числе которых MIT, Northrop Grumman, Boeing, GE, Aurora Flight Sciences и другие.

Практически все участники конкурса начинали работу с построения эскизов самолетов с индивидуальными особенностями крыльев, фюзеляжа и расположением двигателей. Представленные работы очень сильно отличались друг от друга. Некоторые представляли собой традиционные схемы, другие были похожи скорее на летательные аппараты инопланетян. После предварительного периода проводился анализ преимуществ и недостатков рассмотренных вариантов в совокупности с численным моделированием свойств новых конструкций. Сразу были отобраны варианты от MIT, Boeing и Northrop Grumman.

Стоит отметить, что многие специалисты единодушны во мнении о том, что небольшое понижение максимальной скорости (на 5–10%) при повышении средней высоты полета у дозвуковых лайнеров является залогом экономного полета, т. е. расход горючего будет минимален. Естественно, что только этими мерами обойтись нельзя. Поэтому некоторые проекты представляют собой гибридные системы, являясь промежуточным вариантом между

новым «самолетом-крылом» и классическим самолетом с тонкими крыльями и удлиненным фюзеляжем.

При данной конфигурации двигатели располагаются в задней части корпуса, так как это значительно снижает шум. Еще несколько лет назад подобные схемы тестировались компанией Boeing. По такому же принципу задумана модель Hybrid Wing Body H-Series компании MIT. Этот самолет вмещает 354 пассажира. Скорость полета составляет 0,83 Маха (скорость звука в воздухе), а дальность полета — 14 тыс. км.

Занимательна также и другая модель от MIT — Double Bubble D8. Фюзеляж представляет собой по сути два фюзеляжа, слитых в один. Модель имеет три турбовентиляторных двигателя, находящихся в хвосте. Узкие и вытянутые крылья способствуют тому, что D8 имеет ламинарное обтекание. Благодаря использованию композитных материалов, конструкция очень легкая.

В этой модели воплощено много концептуальных идей последнего времени, таких как управление пограничным слоем в ключевых точках. Внешне аппарат представляет собой классическую модель, отличительной чертой которой является то, что фюзеляж дает часть подъемной силы.

Данная модель бесшумнее всех существующих аналогов на 60 дБ, выбросы окислов азота примерно на 87% меньше, а расход топлива на 71% меньше.

Самым радикальным проектом в стремлении к сокращению расхода топлива стала разработка компании Boeing. Благодаря программе Subsonic Ultra Green Aircraft Research (SUGAR), было получено пять новых концепций. Самая интересная получила название Volt, так же как и гибридный

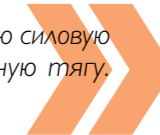
автомобиль. И неудивительно, самолет «Вольт» также имеет гибридную силовую установку. Двигатель SUGAR Volt будет работать при помощи газовой турбины, как на обычном турбореактивном двигателе, но в нее будет встроен электромотор на 5500 л. с. Электромотор будет получать энергию от бортовых топливных элементов. «Вольт» может использовать сразу две тяги, как электрическую, так и реактивную. В среднем расход топлива уменьшается на 88%.

смену нынешним сверхзвуковым самолетам. Пока что компания Boeing достигла выдающихся результатов в плане бумажной работы. Результаты моделирования и проектирования воистину поразительны.

NASA отмечает, что целый ряд технологий предстоит уточнить, чтобы фантазии о будущем гражданской авиации стали реальностью с большей вероятностью.

Стоит отметить, что ни один проект не смог удовлетворить требованиям NASA по поглощению шума и выхлопных газов. Каждая из представленных моделей была

Компания Boeing разработала самолет «Вольт», который имеет гибридную силовую установку и может использовать как электрическую, так и реактивную тягу. Расход топлива уменьшается в среднем на 88%



Кроме экономичных модернизаций классических моделей компания Boeing представила концепцию сверхзвукового лайнера Icon-II. По рекомендациям NASA, данный летательный аппарат будет иметь скорость в 1,6 Маха и преодолевать расстояние в 5–9 тыс. км.

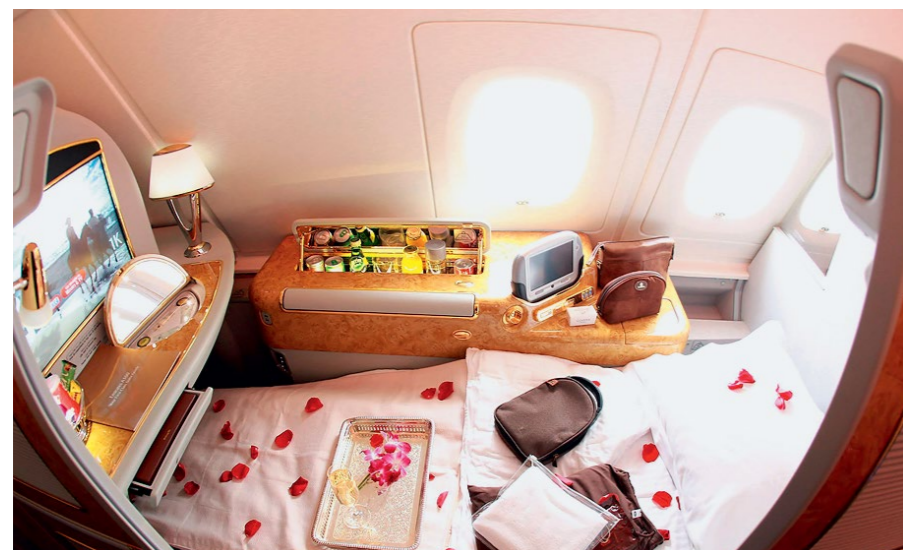
Главной целью программы стала детальная проработка облика скоростного лайнера, который должен прийти на

сильна в определенной дисциплине. Поэтому исследования будут продолжаться, и разработчикам будет предложено два дополнительных контракта.

Игорь КОНДРАШОВ

специалистов аэрокосмической отрасли отвели именно такой срок для реализации разыгравшейся фантазии. По сути, данные разработки представляют собой многолетний труд исследователей в области конструкционных материалов, двигателей и аэродинамики.

Еще в октябре 2008 г. NASA спонсировало на сумму более 12 млрд долл. некоторые научные институты и несколько промышленных корпораций для того, чтобы они проработали передовые концепции самолетов по программе Fundamental Aeronautics Program. Специалисты этих компаний должны были разработать эскизные проекты пассажирских лайнеров,



Набор предоставляемых авиакомпаниями услуг зависит от класса обслуживания. Существует три класса обслуживания: экономический, бизнес и первый. Первый класс — самый дорогостоящий, экономический — самый дешевый. Главные отличия классов: комфортабельность кресел, качество питания и размер бесплатно провозимого багажа.

Медафарм сити
Продажа медицинского оборудования

Функциональная диагностика
ЛОП-оборудование
Эндоскопия
Реанимация и стерилизация

medafarm.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Медафарм Studio
Веб студия

Создание и продвижение медицинских сайтов.
Контекстная реклама.
Сайты в аренду

medafarm-studio.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Health Voyage Турагентство

Оздоровительные
Лечебные и relax-туры
Экскурсионный и пляжный отдых
Доставка туров

healthvoyage.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56

Гостиница «Байкал»

Атмосфера уюта и комфорта
Номера от 1400 руб./ночь

- Услуги бизнес-центра
- Бронирование конференц-залов
- Организация мероприятий в кафе

Москва, ул. Сельскохозяйственная, д.15/1
Тел: 8-800-700-49-92; +7 (499) 189-77-52
e-mail: booking@baikalmoscow.ru
www.baikalmoscow.ru

ВЕРНУТЬ ФЛОТ

К настоящему времени Россия практически утратила гражданское самолетостроение, которое в лучшие годы производило около 20% мирового авиапарка. Отставание от мирового уровня началось еще в конце 70-х годов. А к началу 90-х самолетный парк гражданской авиации страны уже был устаревшим и неконкурентоспособным.

Из используемых ныне в гражданской авиации отечественных воздушных судов свыше половины подлежат списанию по возрасту в ближайшие годы. В дополнение к этому самолеты российского производства имеют крайне низкую топливную эффективность, что при существующих ценах на авиакеросин делает их эксплуатацию нерентабельной.

Характерна история флагмана российской гражданской авиации, первого широкофюзеляжного аэробуса Ил-86, который был введен в эксплуатацию в 1980 г. с удельным расходом топлива 35 г/пас. км. Но этот показатель оказался почти вдвое больше, чем у самолетов Boeing 757 и Boeing 767, которые вышли на линии в 1982 г. Российский аэробус также существенно превосходил Boeing по уровню шума, не говоря уже о техническом оснаще-

и внутренних, а примерно с 2010 г., по истечении запаса технических ресурсов, его эксплуатация прекратилась вовсе. В стране было изготовлено всего немногим более 100 этих самолетов.

В 90-е годы Российское государство в условиях жесткого финансового дефицита практически перестало заниматься формированием своего гражданского воздушного флота. Эту работу в условиях кризиса и рыночной конкуренции самостоятельно взяли на себя авиационные компании («Аэрофлот», «Трансаэро», «Сибирь», «ЮТэйр»), чем фактически спасли авиатранспортную систему страны.

Они пошли по пути приобретения самолетов иностранного производства. Более того, была разработана схема получения машин в лизинг, что позволяло существенно снизить единовременные затраты на приобретение самолетов. Этот путь оказался довольно перспективным и эффективным.

Он позволял российским авиакомпаниям использовать дешевые и долгосрочные кредиты западных банков по ставкам 3–7% годовых на срок 10–12 лет. Российские банки в этот период давали кредиты под 20% годовых и выше на срок 5–6 лет. Западные авиастроительные компании предлагали разнообразный модельный ряд современных самолетов первичного и вторичного рынка, конкурентоспособных для всех видов пассажирских авиаперевозок. Выгодные условия предоставлял нашим покупателям хорошо организованный вторичный рынок качественных гражданских самолетов, что значительно снижало цену сделки. Наряду с этим фирмы-производители гарантировали высокую надежность авиатехники и предоставляли отработанную систему послепродажного обслуживания. Таким образом в последние 25 лет стихийно сложилась новая структура гражданского воздушного флота, в котором более 90% всех пассажирских коммерческих авиаперевозок



90% всех пассажирских коммерческих авиаперевозок в России выполняют магистральные самолеты иностранного производства

выполняют магистральные самолеты иностранного производства, из них подавляющее большинство взяты в лизинг у зарубежных лизингодателей. Воздушные суда (ВС) зарегистрированы в основном в государственных структурах других стран.

Регистрация ВС в иностранных юрисдикциях отчасти связана с удобствами эксплуатации. Однако причины не только в этом, но и в юридических и экономических проблемах самой России.

Это достаточно громоздкая и затратная как для разработчиков, так и для эксплуатантов система государственного регулирования поддержания летной годности судов гражданской авиации. При этом отсутствуют общие правила поддержания летной годности судов гражданской авиации, что приводит к резкому снижению остаточной стоимости ВС, зарегистрированных в Государственном реестре ГВС РФ. Госорганы РФ не обеспечивают выполнение обязанностей государства при регистрации ВС, изложенных в Конвенции о международной гражданской авиации в части «Летная годности воздушных судов». В частности, не разработаны требования, обеспечивающие сохранение летной годности ВС в течение его срока службы. Нет системы, в рамках которой информация об отказах, неисправностях и других происшествиях, оказывающих отрицательное воздействие на поддержание летной годности ВС, передается организации, ответственной за типовую конструкцию этого ВС. Нет

процедур передачи эксплуатационной информации эксплуатантами полномочному органу по летной годности ВС и организациям, ответственным за конструкцию модели и за техническое обслуживание.

В настоящее время гражданская авиация в существенной мере зависит от поставок иностранных самолетов, поскольку в России фактически отсутствует отечественное производство конкурентоспособных гражданских судов. При этом ситуация продолжает усугубляться в связи с общим старением воздушного флота. Сложившаяся его структура вызывает беспокойство в среде специалистов, поскольку она потенциально небезопасна с государственной точки зрения.

Правительственные и общественные организации разрабатывают различные предложения и программы, направленные на изменение положения в российской гражданской авиации и связанном с ней авиастроении. Но, как представляется, дело зашло так далеко, что в ближайшем будущем коренного изменения в этой области не предвидится.

При подготовке материала использованы публикации в журналах «Авиасоюз» и «Авиатранспортное обозрение».

Борис ПАВЛОВ

Парк магистральных самолетов отечественного производства (май 2015 г.)

	Зарегистрировано, шт.	В эксплуатации, шт.
Всего	1173	419
В том числе:		
Ил-96	17	8
Ил-76	81	44
Ил-62	42	4
Ан-148	18	12
Ан-124	24	15
Ан-74	23	12
Ан-26	108	45
Ан-24	141	68
Ту-214	18	12
Ту-204	27	15
Ту-154	122	8
Ту-134	94	19
RRJ-95	39	33
Як-42	78	37
Як-40	141	25
Л-410	78	42

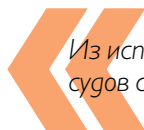
Источник: НИИ ГА РФ

В 2010–2014 гг. воздушный флот России получил более 500 магистральных самолетов иностранного производства

Парк магистральных самолетов иностранного производства (май 2015 г.)

	Зарегистрировано, шт.	В эксплуатации, шт.
Всего	969	736
В том числе:		
Boeing 737	273	197
Boeing 747	45	34
Boeing 757	43	26
Boeing 767	54	44
Boeing 777	32	32
A-319	77	72
A-320	140	119
A-321	66	65
A-330	27	24
CL-600	82	44
ATR	35	20
Bae-125	22	14

Источник: НИИ ГА РФ



Из используемых ныне в гражданской авиации отечественных воздушных судов свыше половины подлежат списанию по возрасту в ближайшие годы

нии: Boeing имел многофункциональное цифровое пилотажно-навигационное оборудование. В итоге экология, экономика и конкуренция вытеснили Ил-86 с международных линий, а затем



БЕЗ ЗЕМЛИ НЕ ПОЛЕТИШЬ

Гражданская авиация является одним из главных видов быстрого транспорта для страны с такими протяженными территориями, как Россия. Она имеет первостепенную значимость как для грузовых, так и для пассажирских перевозок. Однако развитие этой отрасли в последние десятилетия столкнулось с серьезными проблемами.

Основа гражданской авиации — это соответствующая наземная инфраструктура. Это аэродромы со всем их оборудованием и оснащением, аэровокзальные комплексы, грузовые терминалы, подъездная инфраструктура, соответствующие службы со спецтранспортом и техникой, система топливообеспечения.

Как выяснилось в последние десятилетия, в России для развития авиационной инфраструктуры только рыночных инструментов оказалось недостаточно. В этой сфере, как показала практика, есть огромный блок вопросов, решение которых невозможно без государственного финансирования.

Объем инвестиций, необходимый для поддержания и совершенствования авиационной инфраструктуры, оказался во многих случаях неподъемным для частных компаний, взявшихся за управление авиационными комплексами. В результате гражданская авиация как сфера деятельности стала неуклонно сокращаться. По данным Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации, число аэропортов в России сократилось с 1991 г. по 2015 г. с 1450 до 297. Уровень износа инфраструктуры оставшихся аэропортов достигает 75–80%.

Причиной такого скольжения вниз специалисты считают то, что аэро-

портовское хозяйство оказалось поделенным между двумя владельцами. Вышедшее в начале 90-х годов постановление Правительства РФ «О приватизации государственных и муниципальных предприятий» устанавливало запрет на приватизацию наземной инфраструктуры аэродромов, включающей взлетно-посадочные полосы, навигационные и сигнальные системы, оборудование связи и т.п. В результате значительная часть аэропортового хозяйства осталась в собственности государства. Между тем эксплуатация аэропортов была отдана в частные руки компаний-операторов, которые в принципе не заинтере-

ресованы в совершенствовании и модернизации принадлежащей государству инфраструктуры, а у самого государства на это не хватает средств.

Только в последние годы ситуация начала меняться. Ряд крупных аэропортов был полностью, со всем имуществом, передан в аренду компаниям-операторам на 49 лет. Среди них аэропорты в Казани, Мин. Водах, Владивостоке, Новосибирске и еще в 7 городах. Это свидетельствует о принципиальном изменении хозяйственной политики в отношении авиационной инфраструктуры. Правда, упадок этого хозяйства зашел слишком далеко, чтобы рассчитывать на быстрое и масштабное изменение

в этой области. Но коль скоро процесс пошел, то, по крайней мере, можно говорить о реальных перспективах развития аэропортов в ближайшие годы.

Отсутствие прогресса в совершенствовании аэропортовой инфраструктуры контрастирует с активным развитием авиакомпаний. Авиаперевозчики, находясь в жесткой конкурентной среде, быстрее перестраивались, энергично обновляли парк самолетов, повышали качество обслуживания, активно внедряли информационные технологии, широко использовали зарубежный опыт. Конечно, надо признать, что авиаперевозчикам требуются для развития меньшие средства, чем операторам аэропортовых комплексов, инвестиционные потребности которых исчисляются триллионами рублей.

Авиакомпании, интегрируясь в международное авиационное сообщество, при внедрении новых технологий и обеспечении безопасности полетов ушли далеко вперед по сравнению с большинством аэропортов, особенно регионального и местного значения, и являются на сегодняшний день носителями передовых отраслевых идей и опыта.

Аэропортовое хозяйство можно условно разделить на два сектора. Один — это техническая база аэропорта, включающая его инженерные и навигационные службы, задействованные непосредственно в обслуживании авиополетов. Второй — это комплекс услуг,

оказываемых авиационным компаниям и пассажирам, связанных с обеспечением топливом, обработкой багажа, предоставлением питания, торговлей и т. д.

Источниками инвестиций для развития аэропортовой инфраструктуры могут быть государственное фи-

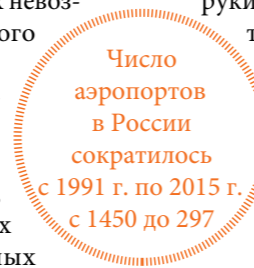
Число городов и населенных пунктов России, связанных авиасообщением, за последние 15 лет сократилось с 2200 до 800

нансирование и частные компании. Как уже отмечалось, государство не в состоянии обеспечить аэропорты финансами в необходимом размере. Одновременно в силу особенностей этого хозяйства оно не вызывает большого интереса у частных инвесторов по причине длительных сроков окупаемости проектов, связанных с техническими службами.

Поэтому устойчивое развитие в этой области в существенной мере зависит от состояния и роста авиационного трафика, за счет чего аэропорты получают свои доходы, предоставляя услуги авиакомпаниям. При этом для большинства аэропортов, которые обслуживают внутренние авиалинии, главными источниками доходов должны быть прежде всего региональные и местные авиаперевозки.

Между тем удельный вес внутренних воздушных перевозок в России неуклонно снижается, что сужает инвестиционные возможности совершенствования аэропортовой ин-

Из-за сокращения авиалиний в России жители Сибири и Дальнего Востока вынуждены при перелете из одного города региона в другой летать через Москву, в связи с чем около 80% всех внутренних рейсов в стране выполняется через столицу.





Уровень износа инфраструктуры действующих в России региональных аэропортов достигает 75–80%

фраструктуры. В последние годы сеть аэродромов, обслуживающих местные воздушные линии, сократилась почти в 6 раз, и это при том, что более 60% территории России недоступно иным видам транспорта, кроме воздушного. Развитие региональной авиации тормозится недостатком государственной поддержки, неэффектив-



Число аэродромов, обслуживающих местные воздушные линии, сократилось в России за последние 20 лет почти в 6 раз



По данным фонда «Партнер гражданской авиации», в 2014 г. число пассажиров, перевезенных гражданской авиацией РФ, составило 93,2 млн чел., при этом соотношение международных и внутренних перевозок было 60 к 40. В 1990 г. число пассажиров составляло 140 млн чел., а соотношение международных и внутренних перевозок было 10 к 90.

ной системой государственного регулирования гражданской авиации, устаревшей авиатехникой, малым пассажиропотоком из-за низкой платежеспособности населения.

В упадок приходит авиасообщение на российском Севере. Себестоимость полетов здесь высока, инфраструктура развита слабо, высока зависимость от погодных условий и т. д. Поскольку этот регион сложен для работы, авиакомпании отдают предпочтение более доступным и емким рынкам. Вместе с тем для авиабизнеса характерно по мере насыщения освоение менее привлекательных регионов.

В советский период государство поддерживало работу гражданской авиации в этом регионе, понимая его важность для экономики страны в целом. Однако существовавшая там инфраструктура в значительной степени утрачена. Государство же не предлагает бизнесу ясной концепции или видения развития и освоения северных территорий. Учитывая сокращающееся население и снижающиеся пассажиропотоки, а соответственно доходы, вряд ли возможно возрождение здесь регулярного авиасообщения без общего государственного

руководства и централизованного финансирования.

Серьезной проблемой для нормальной работы аэропортов являются устаревшие нормативно-правовые акты, регулирующие функционирование аэропортового хозяйства и его взаимоотношения с другими экономическими субъектами. Действующее законодательство ограничивает возможности конкуренции в этой сфере, поэтому в аэропортах преобладает монопольный характер отношений, в которых доминирует одна или две компании, что существенно снижает эффективность этого сектора. Между тем аэропортовый бизнес с его многочисленными, разнообразными услугами весьма привлекателен в силу более высокой нормы прибыли по сравнению с авиаперевозками. Поэтому усиление здесь конкурентной среды позволило бы повысить его прибыльность и качество сервиса.

Проблемами развития авиационной инфраструктуры озабочены многие организации. Разрабатываются разные планы и предложения, как со стороны государственных структур, так и общественных объединений. В частности фонд «Партнер гражданской авиации» подготовил в свое время всеобъемлющую стратегию развития и возрождения региональной авиации в Российской Федерации, в которой изложены предложения организационного и экономического характера, предусматривающие восстановление регионального авиасообщения, совершенствование аэропортовой инфраструктуры, расширение производственной базы авиатехники, активизацию подготовки необходимых технических кадров. Развитие аэропортов, формирование их хозяйственного и организационного статуса находятся в центре внимания Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации.

Пока, однако, все эти предложения находятся лишь на стадии обсуждения с государственными структурами.

Борис ПАВЛОВ



9-я международная выставка катеров и яхт

9th International Exhibition of Boats and Yachts



8-13 марта 2016 года
МВЦ «Крокус Экспо»

March 8-13, 2016,
Crocus Expo IEC



6+ реклама



ЛЕТИТЕ НА ВСЕ ЧЕТЫРЕ СТОРОНЫ

События осени 2015 г. привлекли внимание и пассажиров, и профессионалов к техническому состоянию аэропортов, их службам безопасности. Какие аэропорты самые лучшие и самые современные? Какими из них пользоваться удобно, а в какие лучше не залетать?

Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) ежегодно проводит конкурсы на звание лучшего аэропорта мира и Европы, оценивая уровень обслуживания пассажиров по категориям: скорость; процедуры регистрации и другие административные формальности; разнообразие товаров в магазинах; эффективность службы безопасности; возможность быстрой доставки пассажиров до центра города; организация парковки автомашин; наличие и класс средств размещения в аэропортовом комплексе и другие.

титул «лучшего в классе аэропортов с ежегодным количеством пассажиров от 15 до 25 млн человек».

Лондонский Хитроу — один из наиболее загруженных в мире международных аэропортов. Его терминалы обслуживают свыше 180 направлений в более чем 90 стран. Аэропорт находится приблизительно в 24 км от центра столицы Великобритании.

Хитроу включает 5 пассажирских терминалов и один грузовой. Первый, второй и третий терминалы расположены рядом, из одного в другой можно пройти пешком за несколько минут. До четвертого и пятого придется добираться с помощью бесплатного шаттла.

На территории Хитроу расположены не только обычные для аэропортов всего мира магазины, но и комнаты для молитв для верующих различных конфессий.

В среднем на все процедуры после посадки: пройти паспортный контроль, забрать багаж, пройти таможенную — уходит примерно 40 минут, но при большой загруженности это может занять больше времени.

В аэропорту Хитроу имеется вся необходимая прибывшему пассажиру транспортная инфраструктура — в любом терминале можно взять напрокат автомобиль. Аэропорт рас-

положен вблизи кольцевой магистрали M25, с которой можно направиться в любую часть Великобритании, а также рядом с магистралью M4, предназначенной для тех, кому нужно в Лондон, южную часть Уэльса и западную Англию. Въезжая в город, необходимо внести небольшую плату.

Можно воспользоваться поездом, который без остановок доставит пассажиров до лондонского вокзала Паддингтон за 15–20 минут. На метро время проезда до центра Лондона составит не более часа. Есть также автобусное сообщение с Лондоном и другими городами Великобритании. В общей сложности на выбор пассажиров аэропорта предоставляется около 500 маршрутов.

Аэропорт Цюриха Клотен — крупнейший аэропорт Швейцарии — используется национальной авиакомпанией Swiss (до 2002 г. — Swissair) в качестве главного транзитного узла. Расположен аэропорт в 12 км севернее Цюриха. В этом международном аэропорту ежегодно обслуживается свыше 20 млн пассажиров. В 2014 г. цюрихскому аэропорту была вручена премия World Travel Awards. Аэропорт Цюриха был признан международным жюри лучшим аэропортом Европы.

В аэропорту Клотен три терминала: А, В, Е. Терминалы аэропорта Цюриха

соединены системой переходов (пешком преодолеть расстояние между терминалами можно за 15 минут). Терминалы А и Е между собой соединяет поезд Skymetro. А вот от регистрационной зоны аэропорта Цюриха до выходов пассажиров на посадку идти достаточно далеко: до выходов А и В идти пешком придется минут 20, а до выхода Е — 25.

В 2014 г. цюрихскому аэропорту Клотен была вручена премия World Travel Awards. Он был признан международным жюри лучшим аэропортом Европы

Аэропорт Цюриха обладает хорошо развитой службой информации: повсюду расположены большие, понятные указатели, имеется множество информационных стоек. Кроме этого, аэропорт предлагает пассажирам массу возможностей для проведения времени в ожидании рейса. В зоне отдыха Airside Center располагаются более шестидесяти магазинов, баров, ресторанов, а также несколько залов ожидания.

Самый быстрый способ добраться из аэропорта Цюриха в город — это поезд SBB. Обычно он ходит с раннего утра и до поздней ночи. Поездка стоит около 7 шв. франков и занимает примерно 10–15 минут. Добраться до центра Цюриха из аэропорта можно,

Первый терминал аэропорта Шереметьево был сдан в эксплуатацию в 1959 г., второй — в 1980 г., накануне XXII Олимпийских игр. В 2002 г. аэропорт получил международный сертификат, позволяющий ему бесперебойно работать в метеословиях любой сложности. Аэропорт Шереметьево стал вторым аэропортом СНГ, после киевского Борисполя, и первым в России, получившим III категорию метеоминимума ICAO, разрешающую самолетам заходить на посадку при видимости от 0 м по высоте и все-го 200 м по дальности.

Лондонский Хитроу — один из наиболее загруженных в мире международных аэропортов. Его терминалы обслуживают свыше 180 направлений в более чем 90 стран





На сегодняшний день аэропорт Бен-Гурион считается одним из самых безопасных аэропортов в мире



купив билет в автомате или кассе. Поезда из аэропорта Цюриха до центра города в Берн или Базель — примерно каждые полчаса.

Главный аэропорт Парижа и Франции Шарль-де-Голль находится в 25 км к северо-востоку от французской столицы. Каждый день через его терминалы проходит до 150 тыс. человек, или около 60 млн пассажиров в год. По объему пассажирских авиаперевозок он стабильно входит в число десяти самых больших аэропортов мира. Рейсы из Шарля-де-Голя отправляются в 315 городов планеты.

Аэропорт располагает тремя терминалами. Терминал 1 принимает самолеты любых авиакомпаний, кроме французских. По своей планировке он напоминает осьминога: вокруг центрального здания построено 7 зданий-сателлитов, служащих залами посадки и высадки пассажиров. Восьмое «щупальце» представляет собой парковку и станцию автобусов-шаттлов.

В поездах AirTrain, которые обслуживают аэропорт им. Джона Кеннеди в Нью-Йорке, отсутствует такой важный элемент классических поездов, как машинист

Территория аэропорта весьма велика и перемещаться по ней приходится

с помощью бесплатных автобусов-шаттлов, круговые маршруты которых охватывают все терминалы, парковки, железнодорожную станцию, отель, камеры хранения. Кроме того, можно воспользоваться автоматическим железнодорожным шаттлом CDGVAL, который каждые 8 минут отправляется от терминала № 1.

Своя транспортная система функционирует и в транзитной зоне аэропорта. В целом система шаттлов довольно сложна. И для человека, впервые прибывающего в Шарль-де-Голль, может представить трудности.

Международный аэропорт Бен-Гурион — главный израильский аэропорт. Он основан в 1936 г. британскими властями в 14 км к юго-востоку от Тель-Авива. Свое нынешнее название он получил в 1973 г. в честь первого премьер-министра Израиля Давида Бен-Гуриона (до тех пор он назывался Лод).

В аэропорту работают три основных терминала, между которыми курсируют шаттлы.

На сегодняшний день аэропорт Бен-Гурион считается одним из самых безопасных аэропортов в мире. Воздушные ворота Израиля несколько раз подвергались террористическим атакам, но ни разу планы преступни-

ков не осуществились. За порядком в Бен-Гурионе следит полиция и частные охранные агентства. Некоторые сотрудники службы безопасности работают в штатской одежде, не привлекая к себе внимания.

Доехать в Тель-Авив и другие города из аэропорта можно на поезде, автобусе или на такси. Железнодорожная станция расположена на нижнем этаже терминала № 3. Днем поезда отправляются каждые 20 минут, ночью — каждый час. С понедельника по четверг и в воскресенье поезда работают круглосуточно; в пятницу — с 00.00 до 15.00; в субботу — с 20.40 до 23.10.

Международный аэропорт имени Джона Кеннеди (JFK) — крупнейший международный аэропорт в США, расположен в районе Квинс в юго-восточной части Нью-Йорка. Аэропортом пользуются более 90 авиакомпаний. Он является основным для JetBlue Airways и важным международным хабом для American Airlines и Delta Air Lines. В прошлом аэропорт был хабом для Eastern Air Lines, National Airlines, Pan American World Airways и Trans World Airlines.

Первое название аэропорта Идлвайлд — в честь бывшего поля для гольфа, на месте которого соорудили аэропорт. Его строительство началось в 1943 г., к тому времени проект успели переименовать, однако в народе аэропорт называли Идлвайлд вплоть до 24 декабря 1963 г., когда через месяц после убийства Джона Кеннеди главный аэропорт Нью-Йорка получил его имя. Целью строительства первоначально было разгрузить не справлявшийся с возрастающим пассажиропотоком аэропорт Ла Гуардия.

Сегодня JFK состоит из 8 терминалов со 151 выходом. Все терминалы расположены друг за другом в форме буквы U и соединены специальным поездом AirTrain, в котором отсутствует такой важный элемент классических поездов, как машинист. Терминалы как бы огибают зону паркингов, отелей и автомобильных дорог. Что касается отелей, то здесь есть как роскошный Hilton, так и более бюджетные гостиницы вроде Holiday Inn. На всей территории аэропорта действует беспроводной интернет, правда, отнюдь не бесплатный: час стоит

4,95 долл., весь день — 7,95. В терминале 5, где базируется jetBlue Airlines, Wi-Fi бесплатный.

Территория аэропорта Шарль-де-Голль весьма велика и перемещаться по ней приходится с помощью бесплатных автобусов-шаттлов или автоматического железнодорожного шаттла

Самый простой, быстрый и дешевый способ добраться до города — это уже ставший знаменитым AirTrain. Он круглосуточно курсирует между всеми терминалами аэропорта, и до двух станций метро — Howard Station и Sutphin Blvd/Archer Ave, и станции Jamaica пригородного поезда Long Island Rail Road.

В России крупнейшим аэропортом по обслуживанию регулярных международных рейсов является Шереметьево. Его маршрутная сеть составляет более 300 направлений. Услугами Шереметьево пользуются представители трех основных авиационных альянсов: SkyTeam (Air France, KLM, Delta, CSA Czech Airlines, Alitalia, China Southern Airlines, Korean Air и др.); Star Alliance (SAS, Air China, LOT, Adria Airways и др.); Oneworld (Finnair).

Аэропорт Шереметьево — крупнейший и по площади. Он включает пять пассажирских терминалов в южном (терминалы D, E, F и ж/д терминал Аэроэкспресс) и северном (терминалы А, С) секторах общей площадью свыше 480 тыс. кв. м и пропускной способностью более 35 млн пассажиров в год.

Шереметьево уделяет особое внимание обеспечению и постоянному повышению уровня безопасности и эффективности управления аэропортом. В 2011 г. Шереметьево открыл центр управления аэропортом (ЦУА), создание которого осуществлялось с учетом опыта ведущих аэропортов мира (Цюриха и Лондона). Центр управления аэропортом — это стратегический и прорывной проект, позволяющий управлять бизнес-процессами, оперативно координировать действия подразделений аэропорта и сторонних организаций, координировать совместную работу всех участников процессов обслуживания воздушных служб, пассажиров и багажа, а также отслеживать и анализировать обстановку на территории Шереметьево в режиме реального времени.

Ирина КОНДРАШОВА



Самой большой проблемой крупных аэропортов в Европе является задержка рейсов. Около 70% самолетов взлетают с опозданием, и виной тому — интенсивность движения. Больше всего задержек рейсов от общего количества задержек отмечается во Франкфурте — 14,7%, Схипхолье (Амстердам) — 9,4%, Хитроу (Лондон) — 6,6%, Шарль-де-Голле (Париж) — 6,5%. Московский аэропорт Шереметьево занял второе место в рейтинге самых «пунктуальных» аэропортов мира в средней категории за 2015 г., составленном британской компанией OAG. Пунктуальность аэропортов рассчитывалась по проценту рейсов, прибывающих в аэропорт и вылетающих без опоздания.

Авиация

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
AVIATION FESTIVAL ASIA Terrapinn Holdings Ltd.	23–24.02.16	Сингапур	www.terrapinn.com; enquiry.uk@terrapinn.com тел. +44 (0)20 7608 7030; +44 (0)20 7608 7040
ABU DHABI AIR EXPO Adone Events	8–10.03.16	ОАЭ Абу-Даби	www.airexpo.aero; paulo@airexpo.aero тел. +33 (0)4 9308 0177; факс +33 (0)4 9359 2553
INDIA AVIATION FICCI	16–20.03.16	Индия Хайдарабад	www.ficci.com; ficciexhibition@ficci.com тел. +91 11 2373 8760 70; факс +91 11 3091 0411
FIDAE Fidae	29.03–3.04.16	Чили Сантьяго	www.fidae.cl; central@fidae.cl тел. +56 2 873 9750; факс +56 2 873 9780
AERO Messe Friedrichshafen	20–23.04.16	Германия Фридрихсхафен	www.messe-friedrichshafen.de; info@messe-fn.de тел. +49 7541 708 404; факс +49 7541 708 110
AEROSPACE AND DEFENSE MEETINGS SEVILLA abe	10–13.05.16	Испания Севилья	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 4186 4170; факс +33 (0)1 4604 5761
AIRPORT SHOW DUBAI Reed Exhibitions Middle East	16–18.05.16	ОАЭ Дубай	www.reedexpo.com; ria.andaya@reedexpo.ae тел. +971 2 491 7615; факс +971 2 491 7612
AEROMART SUMMIT INDIA abe	17–19.05.16	Индия Бангалор	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 4186 4170; факс +33 (0)1 4604 5761
BLACK SEA DEFENSE & AEROSPACE TNT Productions, Inc.	18–20.05.16	Румыния Бухарест	www.tntexpo.com; expo@tntexpo.com тел. +1 703 406 0010; факс +1 703 406 8543
HELIRUSSIA «Русские выставочные системы»	19–21.05.16	Россия Москва	www.helirusia.ru; zhanna@helirusia.ru тел. +7 495 926 3883; факс +7 495 926 3838
AERO – EXPO Agrokomplex-Vystavnictvo Nitra	24–27.05.16	Словакия Нитра	www.agrokomplex.sk; agrokomplex@agrokomplex.sk тел./факс +421 37 6572 111
AVIATION FESTIVAL AMERICAS Terrapinn USA	24–25.05.16	США Майами	www.terrapinn.com; enquiry.uk@terrapinn.com тел. +1 212 379 6320; факс +1 212 379 6319
EBACE EBACE	24–26.05.16	Швейцария Женева	www.ebase.aero; info-eu@ebase.aero тел. +32 2 766 0070; факс +32 2 768 1325
ILA BDLI	31.05–5.06.16	Германия Берлин	www.bdli.de; info@bdli.de тел. +49 (0)22 8 8490 70; факс +49 (0)22 8 3307 78
FRANCE AIR EXPO Cannes AirShow	2–4.06.16	Франция Понтуаз	www.cannesairshow.com тел. +33 (0)4 9308 0177; факс +33 (0)4 9359 2553
ASCE Shanghai Golden Commercial Exhibition Co., Ltd.	14–16.06.16	Китай Шанхай	www.goldenexpo.com.cn; info@goldenexpo.com.cn тел. +86 21 5013 1760; факс +86 21 5013 1761
AVIATION OUTLOOK AFRICA Terrapinn Holdings Ltd.	28–29.06.16	ЮАР Йоханнесбург	www.terrapinn.com; enquiry.uk@terrapinn.com тел. +44 (0)20 7608 7030; +44 (0)20 7608 7040
CANADIAN AVIATION ASSOCIATION CONVENTION CBAA	5–7.07.16	Канада Калгари	www.cbac.ca; info@cbac.ca тел. +1 613 236 5611; факс +1 613 236 2361
FARNBOROUGH INTERNATIONAL AIRSHOW Farnborough International Ltd.	11–17.07.16	Великобритания Фарнборо	www.farnboroughinternational.org; enquiries@farnborough.com тел. +44 (0)1252 532 800; факс +44 (0)1252 376 015
BOEING SEAFAIR AIR SHOW Seafair	29–31.07.16	США Сиэтл	www.seafair.com; info@seafair.com тел./факс +1 206 728 0123
LABACE ABAG	23–25.08.16	Бразилия Сан-Паулу	www.abag.org.br; abag@abag.org.br тел. +55 11 5032 2727; факс +55 11 5031 1900
WORLD LOW COST AIRLINES CONGRESS Terrapinn Holdings Ltd.	8–9.09.16	Великобритания Лондон	www.terrapinn.com; enquiry.uk@terrapinn.com тел. +44 (0)20 7608 7030; +44 (0)20 7608 7040
AEROSPACE & DEFENSE BUSINESS CONVENTION KUALA LUMPUR, abe	14–16.09.16	Малайзия Куала-Лумпур	www.advbe.com; info@advbe.com тел. +33 (0)1 4186 4170; факс +33 (0)1 4604 5761
ADS SHOW Territoires & co	28–29.09.16	Франция Бордо	www.territoires-co.com; territoires@territoires-co.com тел./факс +33 (0)5 5600 8950
HELITECH INTERNATIONAL Reed Exhibitions Companies	11–13.10.16	Нидерланды Амстердам	www.reedexpo.com; rxinfo@reedexpo.co.uk тел. +44 20 8271 2134; факс +44 20 8910 7823
JAPAN AEROSPACE — JA SJAC	12–15.10.16	Япония Токио	www.sjac.or.jp; fvgk6130@mb.infoweb.ne.jp тел. +81 3 3585 1641; факс +81 3 3585 0541
AEROSPACE TESTING RUSSIA ITE Group Plc.	25–27.10.16	Россия Москва	www.testing-control.ru; control@ite-expo.ru тел. +7 495 935 7350; факс +7 495 788 5585
AIRSHOW CHINA Zhuhai Airshow Co., Ltd.	1–6.11.16	Китай Чжухай	www.airshow.com.cn; zharshow@pub.zhuhai.gd.cn тел. +86 756 336 9235; факс +86 756 337 6415
INDO AEROSPACE EXPO & FORUM PT. Napindo Media Ashatama	2–5.11.16	Индонезия Джакарта	www.napindo.com; info@napindo.com тел. +62 21 865 0962; факс +62 21 865 0963
MEBA — MIDDLE EAST BUSINESS AVIATION Fairs & Exhibitions Ltd.	6–8.12.16	ОАЭ Дубай	www.fegroup.ae; clive@fairs-exhibs.com тел. +44 20 8391 0999; факс +44 20 8391 0220



Новая банкетная площадка на территории Крокус Экспо



КЕЙТЕРИНГОВАЯ СЛУЖБА

Организация фуршетов, банкетов, кофе-брейков

Тел.: +7-925-544-70-45; +7-925-508-60-06

www.gg-g.ru

Выставки, конгрессы, форумы



EXPO COMM RUSSIA

Компания E.J. Krause & Associates INC объявила о сотрудничестве с выставочной компанией ITE Russia, в ходе которого они будут заниматься совместной организацией международной выставки и конференции перспективных информационных коммуникационных технологий и решений Expro Comm Russia 2016. Выставка пройдет с 19 по 21 апреля в Москве, на ВДНХ. Expro Comm Russia представит последние технологические достижения и инновации в области связи и информационных технологий, которые важны для развития бизнеса, сферы услуг и потребительского сектора.

<http://www.expocomm.ru/>



IFEMA

Испанская выставочная компания Ifema укрепляет свои позиции в качестве выставочного оператора в Латинской Америке, особенно на чилийском рынке, который очень привлекателен для испанских предприятий. В частности, это касается трех знаковых шоу: выставки по комплексному оборудованию и безопасности технологий и услуг Secur Latin America, выставки в сфере энергетической эффективности и возобновляемых источников энергии Genera Latin America и выставки решений в электронной индустрии Matelec Latin America. Эти три события проходят в выставочном комплексе Espacio Riesco в Сантьяго-де-Чили. Партнером Ifema выступает американский выставочный организатор Fisa. Кроме того, у Ifema есть ряд инициатив для организации мероприятий в Аргентине, Панаме, Перу, Колумбии и др.

<http://www.ifema.es>



ITE

Компания ITE объявила о приобретении еще 31,7% акций индийского выставочного организатора АВЕС с головным офисом в Мумбае. В 2012 г компания приобрела миноритарный пакет акций в 28,3%. Теперь компания ITE увеличила свою долю до 60%. Компания АВЕС является одним из ведущих выставочных организаторов в Индии. Ей принадлежат 20 мероприятий разных направлений, включая строительство, нефть и газ, предметы интерьера, моду. Нынешняя управляющая команда АВЕС, в том числе председатель правления Самит Ганди и исполняющий директор Маниш Ганди, которым принадлежат оставшиеся 40% акций, будут продолжать вести бизнес.

<http://www.ite-expo.ru/>



WIND EXPO

Филиал Reed Exhibitions — Reed Exhibitions Japan в четвертый раз проведет крупнейшее в Японии шоу по возобновляемым источникам энергии Wind Expo. Оно состоится со 2 по 4 марта 2016 г. в Токио. Среди участников выставки и сопутствующих конференций, как ожидается, будет немало тех, кто заинтересован в инвестициях и поддержке рынка экологически чистых источников энергии. Площадь экспозиции, как ожидается, увеличится почти на 20% по сравнению с предыдущим годом. Она соберет 200 экспонентов и до 80 тыс. посетителей из Японии и других стран мира.

<http://www.windexpo.jp/en/>



BLACK HAT CONVENTIONS

Форум по информационной безопасности Black Hat объявил о впечатляющих результатах европейской встречи Black Hat Europe 2015. Мероприятие прошло в ноябре в выставочном центре Amsterdam RAI и собрало 1,5 тыс. специалистов по компьютерной безопасности, хакеров, представителей государственных органов из 61 страны мира. Следующая встреча Black Hat Europe состоится в Лондоне с 1 по 4 ноября 2016 г.

<https://www.blackhat.com/>



BEER ATTRACTION

Выставка Beer Attraction — международное мероприятие, организованное итальянской компанией Rimini Fiera в сотрудничестве с пивным союзом Unionbirrai под патронажем ассоциации дистрибьюторов Italgrob, — посвящена пивной отрасли и рассчитана на профессионалов, занятых во всей цепочке производства этого напитка. Шоу пройдет с 20 по 23 февраля 2016 г. в Римини и будет состоять из трех секторов. Первый будет посвящен собственно пиву. На стендах итальянских и зарубежных компаний будут представлены многочисленные сорта домашнего пива небольших пивоварен и известных брендов. Второй сектор будет посвящен технологиям производства пива, сырью и его переработке. Нововведение 2016 г. — продовольственный сектор. Здесь будут размещены киоски с уличной едой, пиццей, блюдами местной кухни. Отдельная площадь выделена для выступлений известных поваров и специалистов по пиву.

<http://en.beerattraction.it/>



SECUREX 2016

С 24 по 26 мая 2016 г. в конгресс-центре Gallagher в Йоханнесбурге (ЮАР) пройдет выставка Securex 2016, в которой примут участие ведущие местные и международные производители и поставщики услуг по обеспечению коммерческой и противопожарной безопасности. «В 2015 г. у нас была удивительная посещаемость, мы уверены, что вместе с конференцией Cyber Africa и мастер-классами добьемся роста числа посетителей в 2016 г.», — считает Джошуа Лоу, ивент-директор выставки Securex.

<http://www.securex.co.za/>



MCEC

Уже третий год подряд выставочно-конгрессный центр в Мельбурне (MCEC) заканчивает свой финансовый год (сентябрь 2015 г.) с позитивными результатами. Общая операционная прибыль за 12 месяцев в период с 2014 по 2015 г. составила 76,3 млн долл. Впервые MCEC удалось с помощью исследования компании Ernst & Young измерить экономическую и социальную ценность своих деловых мероприятий. В 2014–2015 гг. MCEC провел на своей площадке 918 событий, которые посетили 724 тыс. представителей бизнеса. Председатель совета директоров MCEC Боб Аннел считает, что на фоне обнадеживающих финансовых результатов и расширения бизнеса компания никогда не выглядела лучше.

<http://mcec.com.au/>

Подготовлено по материалам сайта Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) <http://www.expodatabase.com> за ноябрь — декабрь 2015 г.

«КРОКУС ЭКСПО»:



«Московская международная оптическая выставка (MIOF)»

Чтобы иметь хорошее зрение, нужно есть много черники, а если это не помогает — подобрать себе хорошие очки. Международная выставка MIOF — крупнейшая в России площадка, представляющая последние достижения оптической индустрии: новые технологии в сфере офтальмологии, оборудование и программное обеспечение для специализированных розничных компаний, а также последние тренды очковой моды. 18-я выставка пройдет в этом году с 16 по 19 февраля. Организатор — МВЦ «Крокус Экспо». Если вы хотите найти нового партнера по бизнесу, подобрать поставщика или красивую оправу, MIOF ждет вас.



«Московское Боут Шоу»

Отдых на воде пользуется большой популярностью. Катера, яхты, лодки, гидроциклы и соревнования по водным видам спорта вызывают неподдельный интерес, насчитывая большое количество поклонников. Результатом сотрудничества МВЦ «Крокус Экспо» и Национальной ассоциации морской индустрии — международная выставка катеров и яхт «Московское Боут Шоу» пройдет в этом году с 8 по 13 марта. В настоящее время Россия является одним из самых перспективных рынков яхтенной отрасли для всей Европы, о чем свидетельствует ежегодное увеличение количества иностранных компаний на выставке. Тем не менее отечественные производители все активнее выходят на рынок водного транспорта и представляют достойную конкурентоспособную продукцию и сопутствующие услуги: обучение, транспортировка яхт и катеров, навигационное оборудование и многое другое.



Kids Russia

Нестабильная экономическая ситуация бросила серьезный вызов производителям и дистрибьюторам игрушек, товаров для детей, для хобби и досуга и потребовала от них новых, нестандартных решений по управлению бизнесом, ассортиментом и развитию новых товарных сегментов. Международная выставка Kids Russia является самой перспективной и быстрорастущей выставкой данного направления в Восточной Европе. С 1 по 3 марта выставка отпразднует свой 10-летний юбилей. В этом году производители игрушек представят новое перспективное направление развития бизнеса: спортивные товары и товары для активных игр на природе. Организатор мероприятия — компания «Гранд Экспо». Обеспечивая уникальное сочетание огромного выбора товаров с многочисленными возможностями для бизнес-коммуникаций, выставка Kids Russia является идеальной профессиональной платформой для делового сотрудничества занятых в отрасли компаний.

ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

«Мото Парк»

У всех разный стиль езды и требования к мотоциклу: для кого-то это просто способ передвижения, для других — стиль жизни. Для любителей этого вида транспорта важно изучить рынок перед совершением серьезной покупки. Выставочная компания «РТЕ-Групп» дает возможность увидеть все новинки мотоиндустрии за несколько дней в одном месте. Компания приглашает на 13-е международное шоу мотоциклов «Мото Парк», которое пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 4 по 6 марта. Формат выставки «Мото Парк» предполагает удачное совмещение профессионального мероприятия с активной демонстрацией возможностей мотоциклов всех моделей и фирм в действии на Moscow Custom & Tuning Show.



«Полиуретанэкс»

Одновременно с выставкой «Композит-Экспо» с 17 по 19 февраля состоится 8-я международная выставка полиуретановых материалов, технологий и оборудования для их производства «Полиуретанэкс». Полиуретановые материалы являются широко распространенными полимерами в промышленности. Российский рынок полиуретанов исключительно перспективен, однако развивается главным образом стараниями зарубежных компаний. Отечественные инвестиционные проекты остаются на стадии разработок. Чтобы привлечь на рынок новые инвестиции, в рамках выставки «Полиуретанэкс» компания-организатор «Мир-Экспо» проведет 9-ю научно-практическую конференцию «Современное состояние и перспективы развития производства и использования полиуретановых материалов в России».



«Композит-Экспо»

Объем мирового рынка композитов составляет 12 млн т в год и не менее 700 млрд евро в денежном выражении. В то же время производство композитов в России, по оценке Минпромторга на 2015 г., исчисляется лишь десятками тысяч тонн и составляет всего 0,3–0,5% от мирового объема. «Композит-Экспо» является единственной в России международной выставкой композитных материалов и технологий производства композитов и оборудования. Выставка наглядно демонстрирует последние тенденции в сфере материаловедения, ее основная цель — способствовать развитию производственных и экономических связей, обмену научно-технической информацией и внедрению инновационных технологий производства композитных материалов в России. В этом году она пройдет с 17 по 19 февраля. Организатор проекта — выставочная компания «Мир-Экспо».





Кабельное и спутниковое телевидение чрезвычайно расширило возможности телевизионного вещания. Прием изображения стал реальностью практически в любой точке земного шара — было бы соответствующее оборудование. В настоящее время зрители имеют возможность принимать сотни разнообразных каналов на любой вкус.



Indoor-реклама появилась в России относительно недавно. Сегодня это одно из наиболее динамично развивающихся направлений рекламного рынка. Основным преимуществом indoor-рекламы по сравнению со статической и динамической наружной рекламой является целенаправленное воздействие на потенциального потребителя. Выявив свою целевую аудиторию с помощью indoor-рекламы, любая компания имеет возможность донести информацию непосредственно до потребителя в месте его работы или проведения досуга.

Перспективы развития телевизионного вещания, новые технологии в этой области — это темы выставки-форума CSTV. Telecom & Media, которая пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 26 по 28 января этого года. Организатор мероприятия — компания «МИДЭКСПО — выставки и ярмарки».

В последние годы в вещательной индустрии наблюдается не только активное внедрение новых технологий, но и интеграция многочисленных устройств в единую цепочку потребительских медиа. Одним из популярных направлений стало внутрикорпоративное телевизионное вещание, направленное на выполнение информационных и коммерческих функций.

В ноябре 2014 г. такое телевещание — канал Crocus TV — было создано в компании Crocus Group. Его целью стало информирование посетителей о происходящих событиях, привлечение внимания к тем или иным акциям, реклама разнообразных товаров. Вещание канала ведется на все подразделения Crocus Group, включая многочисленные рестораны компании, ритейлинговую сеть «Твой дом», торгово-развлекательные центры Vegas, гольф-клуб Agalarov Estate, выставочный центр «Крокус Экспо». При этом каждое подразделение получает свой контент, учитывающий специфику его деятельности. Например, в программах для торговых комплексов «Твой дом» больше внимания уделяется информации о товарах, в ТРЦ Vegas рассказывается о различных событиях светской жизни, об известных людях, об архитектуре и т.п. В программах для «Крокус Экспо» преобладают передачи об экспозициях, репортажи со стендов участников выставок в прямом эфире.

Crocus TV видеорядом связал воедино все многочисленные объекты Crocus Group и стал ярким примером использования компанией современных технологий. Она одной из первых в России применила в своей практике indoor-вещание и indoor-рекламу.



ЧЕЙ СТЕНД ЛУЧШЕ

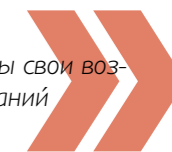
На 8-й международный фестиваль технологий продвижения и рекламы ProMediaTech, который проходил в «Крокус Экспо» 20 и 21 января 2016 г., как и обычно, собрались все, кто имеет отношение к этому динамичному и всегда востребованному виду бизнеса.

ProMediaTech — это актуальное B2B-мероприятие, совместный проект компаний «Крокус Экспо» и «БилдЭкспо», традиционно объединяющий ведущих представителей экспобизнеса. В фокусе мероприятия — самая актуальная для участников и организаторов выставок тематика: выставочное оборудование и комплектующие; проектирование и строительство выставочных стендов; выставочная мебель и напольные покрытия; мобильные стенды и быстровозводимые павильоны; материалы для оформления выставочных стендов; специализированные СМИ. Здесь демонстрируются новые концепции и свежие идеи организации выставочного пространства.

На 8-м по счету фестивале технологий продвижения и рекламы свои возможности, продукцию и услуги представили 140 компаний. Постоянными участниками проекта являются известные компании: «Экспо-Мастер», «4ВИДА», «Варс Экспо», «ЕвроэкспоСтенд», ПО «Монтажник», «Компания «Дарт Экспо», «РеалЭкспоСервис», «Эксполинк», Художественно-Оформительский Комбинат «Монтажник», «НЕГУС ЭКСПО Интернэшнл», «СИМ-В», «Формика», «Грата Продакшн», «Сириус-Экспо» и многие другие.

В рамках деловой программы ProMediaTech-2016 прошли круглые столы по технике продаж и материалам «Выставочный бизнес в новых условиях», обучающий семинар, мастер-классы, встречи с ведущими специалистами выставочного рынка, презентации производителей оборудования для выставочной индустрии, профессиональные конкурсы по дизайну представленных на фестивале стендов и много других интересных событий.

На 8-м фестивале технологий продвижения и рекламы свои возможности, продукцию и услуги представили 140 компаний



Проходивший в рамках фестиваля конкурс DESIGN-EXPO-PMTF имел целью выявить оптимальные дизайнерские и конструктивные решения оформления стендов, а также поиск новых идей для развития отрасли в целом. Об этом говорят номинации конкурса: «Лучший реализованный проект в 2015 г. в МВЦ «Крокус Экспо», «Лучший проект мобильного стенда», «Лучший реализованный проект в рамках фестиваля ProMediaTech», «Лучший нереализованный проект» и «Лучшие дизайнерские решения малобюджетных стендов».





ПИТАТЬСЯ НАДО ХОРОШО

Вопросам питания в последнее время уделяется огромное внимание. Причем речь идет не просто об удовлетворении голода, а о том, чтобы поесть красиво, полезно, вкусно. Отрасль общественного питания яростно борется за клиента, который в условиях кризиса и снижающихся доходов вместо ресторана так и норовит нырнуть обратно на свою кухню.

В первых числах марта три зала первого павильона МВЦ «Крокус Экспо» будут отданы рестораторам, поставщикам пищевых ингредиентов и специй, оборудования для мясной и молочной промышленности. С 1 по 3 марта здесь пройдет выставка FoodService/IFFF Moscow, а с 1 по 4 марта — выставки пищевых ингредиентов Ingredients Russia и «Молочная и мясная индустрия». Организатором всех трех мероприятий является международная выставочная компания ITE, которая, совместив проведение трех выставок смежной тематики, добивается эффекта синергии и экономии маркетинговых расходов.

Выставка FoodService/IFFF Moscow рассчитана на предпринимателей, руководителей и специалистов компаний, планирующих открыть или расширить бизнес в сфере общественного питания. Участники выставки: производители и поставщики широкого спектра оборудования, упаковки и расходных материалов, продуктов, полуфабрикатов, напитков, технологий и услуг, а также франчайзеры. Посетители: частные предпринимате-

ли, представители предприятий общественного питания, в том числе сетей и ресторанов быстрого обслуживания, кафе, кондитерских, пекарен, баров, точек питания стритфуд, корпоративных столовых и т. д.

Выставка поделена на несколько разделов: «Оснащение», «Продукты питания и напитки», «Франчайзинг и готовые решения для бизнеса», «Упаковка и расходные материалы», «Автоматизация». Деловая программа включает конференцию «Франчайзинг в индустрии общественного питания. Стратегии расширения сети», конкурс на лучший бутерброд для участников выставки Russian Sandwich AWARDS, тематические мастер-классы по всем аспектам создания и ведения ресторанного бизнеса.

В соседнем зале будет проходить 19-я Международная выставка Ingredients Russia — ведущая в России специализированная выставка пищевых добавок, ароматизаторов, сырья, микроингредиентов, технологических вспомогательных средств и решений для производства продуктов питания и напитков.

В 2015 г. в выставке приняли участие 149 компаний из разных стран мира, ее посетили 5,5 тыс. человек из 65 регионов России и 38 стран.

На выставке будут представлены ингредиенты для производства кондитерских изделий, кетчупов и соусов, джемов, мясной, молочной промышленности, детского питания, напитков — в общем, всего, что можно съесть и выпить. В рамках выставки пройдет XVI Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века».

Рядом разместится 14-я Международная выставка оборудования и технологий для животноводства, молочного и мясного производств «Молочная и мясная индустрия». Это уникальное для России бизнес-мероприятие, на котором представлены оборудование и технологии для агропромышленного производства полного цикла: от репродукции племенных животных и птицы, их выращивания, содержания и откорма до переработки и упаковки продукции животноводства и птицеводства.



Гостиничный и ресторанный бизнес

Выставка, организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
INTECO BVV	23–26.02.16	Чехия Брно	www.bvv.cz; info@bvv.cz тел. +420 541 151 111; факс +420 541 153 070
HORECA BULGARIA International Fair Plovdiv	24–28.02.16	Болгария Пловдив	www.fair.bg; fairinfo@fair.bg тел. +359 (0)32 903 600; факс +359 (0)32 902 432
HOTELYMPIA Fresh RM	29.02–3.03.16	Великобритания Лондон	www.freshrm.co.uk; info@freshrm.co.uk тел. +44 (0)20 7886 3100; факс +44 (0)20 7886 3091
INTERNATIONAL RESTAURANT & FOODSERVICE SHOW OF NEW YORK Reed Exhibitions USA	6–8.03.16	США Нью-Йорк	www.reedexpo.com; inquiry@reedexpo.com тел. +1 203 840 4800; факс +1 203 840 5805
INTERNORGA Hamburg Messe und Congress	11–16.03.16	Германия Гамбург	www.hamburg-messe.de; info@hamburg-messe.de тел. +49 40 3569 0; факс +49 40 3569 2180
HOTELEX SHANGHAI Shanghai UBM Sinoexpo International Exhibition Co., Ltd.	29.03–3.04.16	Китай Шанхай	www.ubmsinoexpo.com; mark.nee@ubmsinoexpo.com тел. +86 21 6437 1178; факс +86 21 6437 0982
HOTEL & GAST WIEN Reed Exhibitions Salzburg	3–5.04.16	Австрия Вена	www.reedexpo.at; info@reedexpo.at тел. +43 662 4477 0; факс +43 662 4477 161
HOREX AZERBAIJAN Iteca Caspian LLC	7–9.04.16	Азербайджан Баку	www.iteca.az; office@iteca.az тел. +994 12 404 1008; факс +994 12 404 1001
FHA Singapore Exhibition Services Pte. Ltd.	12–15.04.16	Сингапур	www.sesallworld.com; events@sesallworld.com тел. +65 6233 6638; факс +65 6233 6633
HOSTEX Specialised Exhibitions	3–5.05.16	ЮАР Йоханнесбург	www.specialised.com; specialised@specialised.com тел. +27 (0)11 835 1565; факс +27 (0) 11 496 1161
HOTEX & CANSHOP World Expo Trading Inc.	7–9.06.16	Канада Торонто	worldexpo.ca; info@worldexpo.ca тел. +1 416 214 0570; факс +1 416 644 8801
EXPHOTEL Grupo Trade Show	14–16.06.16	Мексика Канкун	www.ts.com.mx; ventas@ts.com.mx тел. +52 55 5077 4742; факс +52 55 5077 4745
RESTAURANT & BAR HONG KONG Diversified Events Hong Kong LLC	4–8.09.16	Китай Гонконг	www.divevents.com.hk; sales@retailasiaexpo.com тел. +852 3105 3970; факс +852 3105 3974
EQUIPOTEL Reed Exhibitions Alcantara Machado	12–15.09.16	Бразилия Сан-Паулу	www.reedexpo.com; info@alcantara.com.br тел. 55 11 3060 5000; факс 55 11 3060 5001
INVEST — HOTEL Poznan International Fair	26–29.09.16	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел. +48 61 869 2000; факс +48 61 869 2009
THE HOTEL SHOW DUBAI dmg :: events Middle East	26–29.09.16	ОАЭ Дубай	www.dmgeventsme.com; dmgdubai@dmgeventsme.com тел. +971 4 438 0355; факс +971 4 438 0361
FOR GASTRO & HOTEL ABF a.s.	1–4.10.16	Чехия Прага	www.abf.cz; gr@abf.cz тел./факс +420 225 291 121
PIR EXPO. RUSSIAN HOSPITALITY WEEK «ПИР Экспо»	17–20.10.16	Россия Москва	www.pirexpo.com; info@pir.ru тел./факс +7 495 637 9440
HOSTELCO Fira de Barcelona	23–26.10.16	Испания Барселона	www.firabcn.es; info@firabcn.es тел. +34 93 233 2000; факс +34 93 233 2198
SAUDI HORECA SEMARK	23–25.10.16	Саудовская Аравия Эр-Рияд	www.semark.com.sa; info@semark.com.sa тел./факс +966 11 455 2392
EQUIP HOTEL Reed Expositions France	6–10.11.16	Франция Париж	www.reedexpo.fr; info@reedexpo.fr тел. +33 (0)1 4756 5000; факс +33 (0)1 4756 5100
FHC Hong Kong Exhibition Services Ltd.	9–11.11.16	Китай Шанхай	www.hkesallworld.com; exhibit@hkesallworld.com тел. +852 2804 1500; факс +852 2528 3103
SIHRE Inter Expo Center Ltd.	9–12.11.16	Болгария София	www.iec.bg; iec@iec.bg тел. +359 2 9655 220; факс +359 2 9655 230
HORECA EXPO Flanders Expo	13–17.11.16	Бельгия Гент	www.horecaexpo.be; horecaexpo@artexis.com тел. +32 (0)9 241 9211; факс +32 (0)9 241 9475
HORECA KRACOW Targi w Krakowie Ltd.	16–18.11.16	Польша Краков	www.targi.krakow.pl; grabowska@targi.krakow.pl тел. +48 12 644 5932; факс +48 12 644 6141
HOTELIA Helexpo	17–20.11.16	Греция Салоники	www.helexpo.gr; helexpo@helexpo.gr тел. +30 2310 291 111; факс +30 2310 291 674
TECNO & FOOD / HOTEL & GASTROTEH PadovaFiere Spa	20–23.11.16	Италия Падуя	www.padovafiery.it; info@padofiere.it тел. +39 045 829 8111; факс +39 045 829 8288
HOTEX Stier Group Ltd.	22–24.11.16	Израиль Тель-Авив	www.stier.co.il; expo@stier.co.il тел. +972 (0)3 562 6090; факс +972 (0)3 561 5463
INTERNATIONAL HOTEL EXPO MACAU Coastal International Exhibition Co., Ltd.	24–26.11.16	Китай Макао	www.coastal.com.hk; general@coastal.com.hk тел. +852 2827 6766; факс +852 2827 6870
HOGA NÜRNBERG Nürnberg Messe GmbH	15–18.01.17	Германия Нюрнберг	www.nuremberg-tradefair.com; info@nuerbergmesse.de тел. +49 (0)911 8606 0; факс +49 (0)911 8606 8228



«ПО ВЕЧЕРАМ НАД РЕСТОРАНАМИ...»

Одной из самых распространенных выставочных тематик в Европе и США считается индустрия гостеприимства, или, говоря языком бизнесменов и бренд-менеджеров, HoReCa (сокращение по первым буквам слов Hotel, Restaurant, Catering). Тематика этих выставок включает всё, что нужно для успешной работы гостиниц, ресторанов, кафе и предприятий быстрого питания: оборудование, технологии, материалы, программное обеспечение. В гостиничном и ресторанном бизнесе действительно много общего — автоматы для приготовления кофе и разлива свежего пива нужны везде, не говоря уже о холодильных шкафах и витринах.

Equip'Hotel — яркий и неповторимый

Французы уверены, что парижский Equip'Hotel — крупнейшая в мире выставка индустрии гостеприимства. На возражения американцев, поднимающих на щит свои ресторанные шоу, французы отвечают: «Научитесь считать своих экспонентов, проведите хоть раз аудит, тогда и спорьте».

Впервые выставка в Париже состоялась в ноябре 1954 г., при этом она находится в прекрасной форме, растет и хорошеет. Equip'Hotel проходит раз в два года в выставочном центре Paris Expo Porte de Versailles. Организатор — Reed Expositions France. В 2014 г. в ней приняли участие 1412 экспонентов, включая 365 иностранных из 37 стран, и 71,6 тыс. посетителей. Площадь экспозиции нетто составила 43,3 тыс. кв. м. В рамках деловой программы выступили свыше 500 докладчиков. По традиции прошли многочисленные массовые мероприятия для публики: 15 конкурсов с участием более 250 номинантов и 250 «живых» презентаций — свое искусство показали свыше 500 шеф-поваров, в том числе 150 мастеров, обладающих мишленовской звездой.

Что касается самой экспозиции, то она была разделена на 20 тематических секторов, сгруппированных в 5 зон: Cook and Serve — специальное оборудование, посуда, напитки, продукты питания, вывески и иные конструкции для оформления зданий и интерьеров; Conceive and Design — дизайн помещений, освещение, макеты и фурнитура; Welcome and Relax — всё для отдыха и здорового образа жизни; Clean & Maintain — химчистка, уборка, гигиена; Manage & Connect — бизнес-технологии и менеджмент. Новацией Equip'Hotel-2014 стал специальный сервис Club Export, призванный организовать переговоры экспонентов с ключевыми посетителями — предпринимателями, нацеленными не просто на закупку товаров, а на долгосрочные инвестиции и организацию новых бизнес-проектов. По данным устроителей, таких гостей было примерно 250 человек, т. е. примерно 0,35% от общего числа. Данный сервис



Следующая выставка Equip'Hotel во Франции намечена на 6–10 ноября 2016 г.

доступен как на самой выставке, так и в интернете.

Европейская провинция

Выставки индустрии гостеприимства имеют несколько особенностей, существенно отличающих их, к примеру, от автомобильных, строительных и даже родственных продовольственных смотров.

Американские выставки не проходят аудит, и потому никаких достоверных сведений об их статистических показателях нет.

Во-первых, в этой сфере нет гигантов, мировых лидеров, за которыми никто из конкурентов не может угнаться. Equip'Hotel это место занять пока не вправе. В то же время в разных регионах мира, но прежде всего в Европе, на удивление много крупных выставок тематики HoReCa. При этом большая их часть носит не международный, а ярко выраженный национальный или региональный характер.

Самым характерным примером такого рода может служить HOGA Nürnberg. Выставка проходит с 1950 г. в Нюрнберге раз в два года. Организатор — AFAG Messen und Ausstellungen GmbH. В январе 2015 г. в ней участвовало 640 компаний, из них 556 немецких. Из соседних Австрии и Италии прибыли, соответственно, 17 и 23 экс-

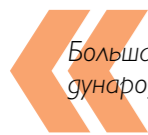


Серьезные проекты тематики HoReCa в Европе проходят не только в провинциальных городах, но и в мегаполисах: Лондоне (Hotelympia), Базеле (Igeho), Стокгольме (Gastronord), Барселоне (Hostelco), Амстердаме (Horecava), Спрасбурге (Egast).



В 2016 г. International Restaurant & Foodservice Show of New York состоится в Нью-Йорке 6–8 марта; NRA Restaurant Hotel-Motel Show — 21–24 мая в Чикаго; HX — 13–15 ноября в Нью-Йорке.

понтента. Остальные страны были представлены единичными гостями — из Китая, в частности, приехал один участник.



Большая часть выставок HoReCa в Европе носит не международный, а национальный или региональный характер



В рамках тематики HoReCa проходят и совсем узкоспециализированные мероприятия, например SiPRHO — Salon des Plages — весьма колоритный международный салон пляжных ресторанов в приморском французском La Grande Motte (в 2014 г. 117 экспонентов, в том числе 7 иностранных, 4453 посетителя и 2316 кв. м площади нетто).

Схожие проекты — это SERBOTEL во французском Нанте (в 2013 г. 443 компании, в т.ч. 431 французская и лишь 11 иностранных) и HOSTECH by TUSID Hospitality Technologies Exhibition в Стамбуле (в 2014 г. из 350 экспонентов только 13 прибыли из-за рубежа, в основном из соседних стран: Азербайджана, Израиля, Греции, Румынии, Болгарии).

Второй особенностью выставок HoReCa является их географическое распределение: целый ряд крупных проектов привязан к малоизвестным выставочным площадкам в небольших городах в тех странах, где индустрия гостеприимства имеет многовековую историю. В Австрии — это Клагенфурт и Иннсбрук, в Италии — Болцано и Римини, в Бельгии — Гент. Более того, одна из самых авторитетных выставок отрасли с большим международным участием Alles für den Gast Herbst также проходит в нестоличном городе, правда, имеющем богатые исторические традиции — австрийском Зальцбурге. Она пользуется большим успехом: в 2014 г. 708 компаний,

включая 215 иностранных, арендовали 25,7 тыс. кв. м площади нетто, их стенды посетили 48,4 тыс. специалистов.

Не менее интересна ежегодная выставка HORECA EXPO в средневеково-сказочном бельгийском Генте. Показатели 2014 г. также весьма внушительны: более 650 экспонентов и 58 тыс. посетителей. Площадь экспозиции брутто — 54 тыс. кв. м.

Выводы вполне очевидны. Тематика HoReCa чрезвычайно популярна и востребована в Европе, прежде всего, предприятиями-экспонентами. Из года в год они строят сотни стендов даже в самых малых городах. Ну а поскольку выставки — это зеркало рынка, можно судить о значимости этой отрасли в европейской экономике.

Дальше — больше

Специализированные выставки оборудования для отелей и ресторанов проводятся повсеместно, однако в странах третьего мира они несколько иные, чем в Европе и США.

Наглядный пример — FHM — Malaysian International Food, Hotel & Restaurant Exhibition в Куала-Лумпуре. Масштабы малайзийской выставки чуть меньше австрийских и французских аналогов — 284 участника, но какой географический охват: 127 экспонентов из 39 стран, начиная с соседней Австралии и заканчивая Чили, США, ЮАР, Великобританией и Саудовской Аравией. В отличие от Европы, это не региональный, а поистине мировой проект, пусть и достаточно скромный.

В США существует довольно жесткая конкуренция среди выставок индустрии гостеприимства, причем в очень специфической среде, коренным образом отличающейся от европейской.

Дело в том, что американские выставки не проходят аудит, и потому никаких достоверных сведений об их статистических показателях нет. Основным источником информации служат сайты проектов. При этом в каждой компании играют по своим правилам и дают ту информацию, которую считают нужным. На одних сайтах днем с огнем не найдешь сведений о количестве экспонентов, на других — вывешен полный их список.

Таким образом, вся информация о профильных выставках в США носит субъективный, а порой и от-

кровенно рекламный характер. Американский бизнес, очевидно, адаптировался к ситуации. Всем остальным с подобной статистикой стоит обращаться крайне осторожно.

Тем не менее можно назвать самые авторитетные проекты.

Прежде всего, это NRA Restaurant Hotel-Motel Show. Выставка проходит ежегодно в течение вот уже 96 лет — с 1919 г. В наши дни она обосновалась в центре McCormick Place в Чикаго. Организатор — Национальная ресторанный ассоциация США. В 2015 г. устроители насчитали около 2 тыс. экспонентов, свыше 63 тыс. посетителей из 50 штатов США и более чем из 100 стран мира, в том числе 42 тыс. гостей «высшего класса» — байеров-закупщиков. Общая площадь экспозиции в трех павильонах достигла 59 тыс. кв. м. Состоялись многочисленные шоу, презентации и семинары. Вход при этом был открыт только для специалистов, публику не пускали.

ИHMRS — International Hotel/Motel & Restaurant Show проводится ежегодно на главной выставочной площадке Нью-Йорка — в Jacob K. Javits Convention Center. Организатор — Hospitality Media Group. Невероятно, но факт: впервые выставка прошла во время Первой мировой войны, в 1915 г., и, таким образом, уже отметила столетие!

Век спустя, в ИHMRS-2015 приняли участие 469 экспонентов, которые арендовали 9,3 тыс. кв. м экспозиционной площади, число посетителей составило не менее 16 тыс. После столетнего юбилея устроители решили сменить имя и адаптировать проект к новациям XXI в. Теперь он называется гораздо короче — HX.

International Restaurant & Foodservice Show of New York в сравнении со своими конкурентами — сущий ребенок (год рождения — 1994-й). Проходит ежегодно весной в том же Jacob K. Javits Convention Center. Организатор — Reed Exhibitions U.S. В марте 2015 г. свою продукцию представили свыше 550 производителей и поставщиков оборудования, товаров и сервисных услуг. Зарегистрировано около 16 тыс. профессиональных посетителей.

Отличительная особенность шоу — обширная программа ярких



Выставка ИHMRS (HX) в США уже отметила столетие, впервые она прошла во время Первой мировой войны, в 1915 г.

зрелищных шоу. Прежде всего, речь идет о «Театре Кулинарии» — особой зоне, где ведущие шеф-повара в интерактивном режиме делились секретами мастерства со всеми желающими. В разделе «Паб» демонстрировали «инновационные» напитки: домашнее пиво, самогон, вино, коктейли, ликеры на артезианской воде. На другой площадке «Гордость Нью-Йорка / Попробуй вкус Нью-Йорка» гости знакомились с новыми, ранее неизвестными видами продуктов питания. Всё это сопровождалось профессиональными соревнованиями, главным из которых по праву считается US Pastry Competition — национальный конкурс кондитеров с присвоением победителю почетного звания «Кондитер года».

Очевидно, что тематика HoReCa, связанная с гостиничным и ресторанным бизнесом, самым тесным образом смыкается и пересекается со смежными выставочными направлениями, прежде всего, темами продовольствия и торгового оборудования. Соответственно, разделы индустрии гостеприимства довольно часто являются значимой частью выставок, охватывающих несколько видов бизнеса. Такова, к примеру, хорошо известная специалистам международная выставка отелей, ресторанов, кейтеринга, хлебопечения и кондитерской индустрии INTERNORGA в Гамбурге (в 2015 г. — 1231 экспонент, 93,2 тыс. посетителей, 53,2 тыс. кв. м площади нетто).

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ, «ИнформЭКСПО» — специально для журнала «Бизнес и выставки»



Техника для кафе и ресторанов довольно часто встречается на выставках, в названии которых вообще нет упоминания данной тематики. Таковы, в частности, мероприятия в Дюссельдорфе: EuroCIS (торговое оборудование), IntetCool (холодильная техника, замороженные продукты), InterMopro (молочная индустрия), InterMeat (мясная продукция).



ЕДИМ ДОМА?

Экономический кризис, продовольственное эмбарго, ослабление рубля и, как следствие всего этого, повышение цен на продукты питания резко поменяли ситуацию на рынке общественного питания в России. В сложившейся ситуации рестораторам придется действовать более жестко, и вопрос уже не в том, как преуспеть и опередить конкурентов, а в том, как выжить.

Многонациональные бренды продолжают расширение своих сетей во всех регионах в основном за счет продажи своих франшиз отечественным предпринимателям. Тем не менее ведущие позиции в регионах по-прежнему принадлежат местным игрокам.

Свободное падение

Рынок начал падать еще в октябре 2014 г. В начале 2015 г. Росстат зафиксировал падение на 3,6% в январе и на 5,8% в феврале (по сравнению с 2014-м), по тем же данным, оборот баров, кафе и ресторанов за первые два месяца сократился на 4,7%. Тогда как в предыдущие годы рынок общественного питания был самой быстрорастущей отраслью экономики: в 2013-м он показывал рост более чем на 8%.

Снижение доходов населения отражается на рынке общественного питания в первую очередь. Индекс потребительского доверия россиян продолжает падать. По данным на октябрь 2015 г., он уже пробил исторический минимум последних десяти лет. Для рынка это означает в первую очередь меньшее число покупателей и клиентов. Экономическое положение россиян существенно изменилось за прошедший год, в результате снизилось и число тех, кто регулярно посещает кафе или рестораны. Те же, кто несмотря ни на что продолжает питаться вне дома, делают выбор в пользу более дешевых мест или более дешевых блюд, отказываются от алкоголя или дорогих напитков. По данным РБК.research, в 2013 г. 49,8%

россиян предпочитали посещать рестораны и кафе, в 2015 г. их доля сократилась до 43,4%.

Последнее показательное исследование рынка было проведено в сентябре закончившегося года компанией Nielsen в городах-миллионниках. По данным опроса, проведенного среди тысячи респондентов, которые в 2014 г. хотя бы раз в месяц посещали заведение общественного питания (вне зависимости от ценовой категории), в 2015 г. 49% опрошенных ни разу не были в баре или ресторане. Для сравнения: в 2014-м эта цифра была почти вдвое меньше — 28%. Причем снижение спроса наблюдается во всех ценовых категориях и во всех форматах, рядом аналитиков этот спад оценивается в объеме от 10 до 30%.

Ситуация легко может усугубиться, если цены на продукты в новом году продолжат расти, а доходы населения падать.

Выживут только франшизы

Другое исследование, проведенное РБК.research, констатирует прирост рынка в сфере фастфуда. Это единственный сектор, в котором наблюдается положительная динамика. С мая 2014-го по май 2015-го число точек

Снижение доходов населения негативно отразилось на рынке общественного питания в России

сетей быстрого питания в России выросло на 11%. В числе лидеров — сети Sibylla, «33 пингвина» (мороженое), KFC и Burger King. Главный плюс этих сетей — независимость от иностранных поставщиков. Именно использование локальных продуктов позволило им сохранить и укрепить позиции.

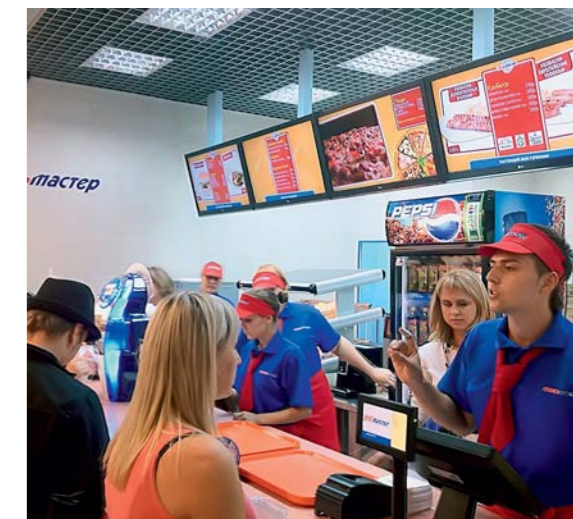
Вторая тенденция закончившегося года — франчайзинг. Эта схема работы предприятий общественного питания позволяет получать поддержку компании-основателя, хотя, с другой стороны, требуются отчисления в пользу владельца бренда. О популярности данной бизнес-модели говорят не первый год, за последние пять лет рынок франчайзинга увеличился вдвое, но именно на 2015 г. пришелся основной прирост. Некоторые сети начали снижать паушальный взнос (например, Subway или Killfish), другие («Воккер») зафиксировали его в рублевом эквиваленте, что также существенно облегчило покупку франшизы.

По предварительной оценке, почти половина российских сетевых проектов на сегодняшний день работает по франшизе (это около 7 тыс. заведений). При этом большая часть, около 80% предприятий, открытых в прошлом году, работает в сегменте быстрого питания и соответственно с небольшим чеком, что объясняет прирост в секторе фастфуда.

Игра по новым правилам

В другой части рынка, у предприятий с более высоким чеком и кухней, дела обстоят намного хуже. Первый и главный удар рестораторам нанесло продуктовое эмбарго. После его введения цены на импортные продукты и алкоголь выросли по ряду категорий в диапазоне от 30 до 95%. В попытке обратиться к отечественным поставщикам рестораторы столкнулись с проблемой качества. Не секрет, что производимая в России продукция, будь то мясо, сыры или овощи, недотягивает до уровня, который так долго поддерживали западные поставщики. Да и цены на эту продукцию оказались не такими низкими (рост цен на тарифы ЖКХ и отсутствие конкуренции тоже сделали свое дело), в итоге ресторанный бизнес был поставлен в весьма суровые условия.

В попытке выжить большинство рестораторов пошло одним и тем же путем: сменить поставщиков, увеличить цены, уменьшить порции (и без того небольшие — у нас в России так принято), в общем начали экономить. Но экономить начали и клиенты. Люди среднего достатка стали предпочитать более дешевые заведения, а состоятельные клиенты, недовольные качеством блюд, — искать другие места с достойной кухней. Изменилась потребительская модель рынка:



Ухудшение покупательной способности, снижение темпов роста заработной платы, увеличение расходов на аренду оказали негативное влияние на ранее быстрорастущий рынок общественного питания. Тем не менее, несмотря на текущие неблагоприятные экономические условия, рынок предприятий общественного питания остается сравнительно насыщенный и продолжает привлекать интерес крупных международных сетей.



Мировая ситуация на рынке общепита разительно отличается от российской. Практически во всех странах мира минувшим летом был зафиксирован рост спроса на питание вне дома.



Возросшая роль современных технологий в повседневной жизни граждан привела и к значительным изменениям в политике маркетинга операторов общественного питания в России. Большинство игроков в своих бизнес-стратегиях уже не могут не учитывать необходимость безналичных платежных устройств, бесплатного доступа к Wi-Fi и постоянного развития специализированных мобильных приложений для новейших гаджетов. Чтобы привлечь и удержать клиентов, операторы должны внедрять инновационные концепции и новые технологические решения.

дешевым сетям теперь нужно адаптироваться к новой аудитории, с иными запросами, а дорогим предприятиям попытаться удержать оставшуюся клиентуру.

Еще в марте 2015 г. «Ведомости» писали, что в Москве, где сосредоточена основная часть дорогого сектора сферы общепита, закрылось около 900 заведений (с осени 2014 до весны 2015 г.). В новых условиях рестораторам, не желающим менять кухню или принципы заведения, придется выкручиваться. Если раньше можно было иметь пару поставщиков и заказывать у них все необходимое, особо не сверяясь с ценником, то теперь, чтобы найти качественные продукты по приемлемым ценам, придется побегать.

Перемены сказались и на рынке труда в этой области. Закрытие ресторанов привело к тому, что рынок наводнили квалифицированные управленцы в сфере общественного питания, а отток мигрантов привел к увеличению числа рабочих мест в сфере обслуживающего персонала (официантов, хостес и т.д.).

Сравнить счета

Тем временем мировая ситуация на рынке разительно отличается от российской. Согласно последнему исследованию NPD Group (один из крупнейших исследователей рыноч-

ной конъюнктуры), практически во всех странах мира минувшим летом был зафиксирован рост спроса на питание вне дома, а в ряде стран заметно увеличился средний счет, который клиенты готовы оставить в заведении. «На мировом рынке общественного питания доминирует, пусть и осторожный, но оптимизм», — цитируют в исследовании руководителя направления Боба О'Брайна.

Наш ближайший сосед Европа тоже не страдает от отсутствия спроса. После введения российских санкций на продукты питания их средняя цена для европейского потребителя стала на порядок ниже, что не могло не сказаться и на ресторанном бизнесе. Для сравнения: немецкие предприятия индустрии гостеприимства (как принято называть эту сферу в Германии) в августе прошлого года увеличили объем рынка более чем на 4% в сравнении с тем же периодом 2014 г. Показательным для ситуации, сложившейся на рынке, можно считать берлинский гастрономический бум. Красный гид Мишлен на 2016 г. включил в число заведений с одной или двумя звездами уже 20 берлинских ресторанов, в прошлом справочнике их было на 5 меньше. В России до сих пор не было ни одного ресторана, удостоенного подобной оценки.



По данным опроса, почти половина респондентов в прошлом году ни разу не была в кафе или ресторане

Готовимся к худшему

Для российского ресторанный бизнеса борьба только начинается. Спрос вряд ли выровняется в ближайшее время. Даже наиболее успешный для этой сферы период новогодних праздников уже не выглядел спасением — заказы на корпоративы падали на глазах: экономият не только простые посетители, но и компании.

Попробовать пережить сложившуюся ситуацию можно по-разному. Кто-то воспользуется опытом прошлого кризиса 2008–2009 гг. и начнет экспансию вглубь регионов страны. Это уже наблюдается в том же сегменте фастфуда: прирост прошлого года осуществлен главным образом за счет регионов. Но условия этого продвижения теперь значительно отличаются от ситуации 7-летней давности: важнее уже не столько текущая конкурентная среда или сложившаяся культура питания вне дома, сколько социально-экономическая ситуация, а в регионах она была и есть на порядок жестче и сложнее, чем в Москве. Моноцентризм российской экономики в очередной раз играет злую шутку с ней самой.

Для заведений премиум-класса одним из выходов может стать открытие более демократичных заведений под общим брендом. Эта тенденция также наблюдается в последнее время. Насколько благотворно или отрицательно эта идея скажется на каждом конкретном заведении, судить слож-

но, но в ситуации «жесткой турбулентности» это может оказаться для кого-то единственным выходом.

Третий вариант, на который тоже активно поглядывают крупные участники рынка, — уход за рубеж. Страны дальнего и ближнего зарубежья, чья экономика не так зависима от российской, могут на время стать убежищем для разочаровавшихся в отечественном рынке рестораторов.

Наталья ПОПОВА

ОТЕЛЬ «ГОСТИНЫЙ ДОМ»

Деловой подход и семейные ценности
Русское гостеприимство с европейским комфортом



Москва, ул. Василия Петушкова, 25
(495) 948-9810 / www.gdom.ru

10 мин до Крокус Экспо
30 мин до Шереметьево

Завтраки — неотъемлемая часть любого пребывания в отеле. Они бывают различных видов и зависят от уровня отеля, его концепции, региона, а иногда и от экономического состояния предприятия.

Континентальный завтрак многие гости считают чистым издевательством. Как правило, это «туристический набор», который включает в себя чай или растворимый кофе, булочку, джем, масло и кусочек колбасы и сыра. На континенте, то есть в Европе, считается, что этим можно наестся. Этот вид завтрака широко распространен во многих недорогих европейских отелях.

Расширенный континентальный завтрак выглядит уже не так трагично. К обычному континентальному завтраку добавляют йогурты, различные хлопья и молоко. Колбаса и сыр — без ограничений. Вполне достаточно для среднестатистического постояльца (за неделю пребывания в отеле этот завтрак можно возненавидеть). Подается такой завтрак в средних европейских гостиницах и в недорогих — во всем остальном мире.

Английский завтрак подразумевает омлет, поджаренный бекон, сосиски, шампиньоны и ломтики помидоров. К традиционному английскому завтраку подают вафли и черный пудинг (разновидность кровяной колбасы). Этот вид завтрака распространен в отелях Великобритании и в некоторых бывших английских колониях.

Американский завтрак поражает огромной яичницей с беконом, сосисками и жареной картошкой. Плюс салаты, сок и кофе американо. И овсяные хлопья с молоком. Распространен, как не трудно догадаться, в отелях США. Вкусно, но тяжеловато для европейцев.

И наконец, буфет, или по-русски шведский стол. Самый популярный и любимый вид завтрака у постояльцев. Возник он у скандинавов и фламандцев и впервые был описан как шведский стол нашими соотечественниками в конце XIX в.



ШВЕДСКИЙ СТОЛ

Буфет, или по-русски шведский стол, — самый популярный и любимый вид завтрака у постояльцев

Объем выбрасываемой нетронутой еды с тарелок часто поражает

Принцип «шведки» — неограниченное количество подходов к раздаче

Это он заставляет многих на отдыхе или в командировке заказывать побудку к определенному часу и второпях бежать в ресторан, чтобы не пропустить райский час наслаждения изобилием еды и напитков. Как правило, пики шведского стола — с девяти до десяти утра. Этот час мы называем «пришла электричка». Ресторан набивается под завязку. Гости сметают все. В тарелках перемешано горячее с холодным, десерты с закуской. То, что не съели в зале, уносят с собой. В карманах выносят фрукты и бутилированную воду, в салфетках — десерты и выпечку. А в сумках некоторых гостей оседают даже посуда и приборы.

Свежие продукты, широкий выбор блюд и напитков, красивая и аппетитная подача, а также вежливый и приветливый персонал на «шведке» — важнейшие составляющие успеха са-

мого отеля и лакмусовая бумажка его экономического самочувствия.

Этот вид завтрака всегда будет доходным в отелях от ста номеров при условии высокой среднегодовой загрузки отеля (около 65–75%), изобретательности и креативности шеф-повара, надежности поставщиков продуктов, а также при наличии продуманной и эффективной системы контроля товаров и финансовой мотивации персонала. В противном случае шведский стол обречен быть убыточным и дотационным.

Планируют объем закупок продуктов для «шведки», исходя из прогноза загрузки на ближайший период. При этом используют систему коэффициентов, выверенных годами. Официанты и повара постоянно следят за пополнением емкостей с едой на столе. Полупустое блюдо покидает раздачу лишь после того, как с кухни выносят

полное. И не наоборот. Ведь пустых мест на столе быть не должно.

Деликатесные продукты, такие как рыбная и мясная нарезки, а также икра, выставляют в маленьких охлаждаемых емкостях или на льду и пополняют небольшими порциями. Так сдерживают потребление и минимизируют списание деликатесов в конце завтрака. Овсяная каша, молочные продукты и йогурты, блины, гренки, оладьи, горячие вафли, творожная запеканка и домашняя выпечка всегда любимы и имеют низкую себестоимость. Они составляют основу «шведки». Сезонные фрукты и овощи, орехи и разнообразные хлопья обязательны в приличном отеле. Для четырех звезд и выше обязательны закуски, ассорти сыров и колбас, горячие блюда и гарниры.

Даже нетронутая еда на тарелках гостей всегда выбрасывается. Принцип «шведки» — неограниченное количе-

ство подходов к раздаче. Такая система позволяет гостям пополнять тарелки по необходимости, демонстрируя таким образом бережное отношение к еде и человеческому труду. Однако не все гости следуют этому принципу. Объем выбрасываемой нетронутой еды с тарелок часто поражает.

Фрукты, закрытая бутилированная вода и напитки, орехи, хлопья и мюсли, пакетированные джем и масло снова возвращаются на стол.

Оставшиеся же холодные закуски, каши, нарезку сыров и колбас, горячие блюда, хлеб, выпечку и десерты ждет другая «электричка» — из персонала. Продукты с раздачи направляют в кантину — столовую для персонала. А там съедают всё. Ведь правильно говорится в фильме: «Это не объедки, а остатки». А остатки, как правило, сладки.

Юнис ТЕЙМУРХАНЛЫ, отельер

В мире насчитывается более 30 различных классификаций отелей, причем в каждой стране — со своими национальными особенностями. В основе европейской лежит французская национальная система классификации, которая распределяет отели на 5 категорий звезд. Чем больше звезд, тем выше уровень комфорта. Бальная оценка, в основу которой положена индийская национальная система, преобладает в странах Азии и Африки. Система корон распространена в Великобритании (чтобы перейти к привычным звездам, от числа корон нужно отнять одну). Буквенная система используется в Греции (хотя можно увидеть и привычные звезды). Согласно этой системе все гостиницы делятся на четыре категории: А, В, С, D, — где А соответствует четырехзвездному уровню, а D — уровню «одна звезда».

ПУТЬ К ВЕРШИНЕ

Осенью 2015 г. была завершена сделка по объединению двух крупных продовольственных компаний: H.J. Heinz и Kraft Foods. В результате на свет появился пятый по величине в мире продовольственный гигант Kraft Heinz. За каждой из компаний стоит своя богатая история, которая привела их на вершину мирового бизнеса.

Король хрена и кетчупа

Генри Джон Хайнц родился в 1844 г. в Питтсбурге, шт. Пенсильвания, в семье немецких иммигрантов. Склонность к бизнесу он проявлял с детских лет: продавал овощи с семейного огорода, а потом тертый хрен. Тогда было принято продавать хрен в темных непрозрачных банках — покупатель, по сути, приобреталкота в мешке. Подросток предложил отцу продавать хрен в прозрачных банках, так, чтобы человек видел, что он по-

Heinz — самый крупный потребитель томатов в мире: в год перерабатывается свыше 2 млн т

купает. Казалось бы, пустяк, но он говорит о неординарном подходе к делу. Покупатели оценили нововведение.

Хрен раскупали очень охотно, и в 1869 г. вместе со своим приятелем Кларенсом Нобелем Генри Хайнц основал компанию под названием Heinz & Noble. Они стали настоящими специалистами в производстве хрена, попутно освоив производство маринованных огурчиков, уксуса и тому подобного. Приятели знали толк в хрене, но финансистами были неважными — накопились долги, и в 1875 г. компания разорилась.

Хайнц был объявлен банкротом. Это, впрочем, не отбило у молодого человека желания заниматься бизнесом — он был готов начать всё сначала. Статус банкрота не позволял Хайнцу начать новый бизнес самостоятельно, поэтому в 1876 г. он стал менеджером в компании своего брата Джона и кузена Фредерика F & J Heinz. В том же году в продуктовой линейке компании впервые появился кетчуп. Это было началом создания всемирно известной империи Heinz.

В 1888 г., рассчитавшись с кредиторами, Хайнц выкупил бизнес у родственников и переименовал компанию в H. J. Heinz Co. Томатный соус пользовался успехом, но больше у местных потребителей — ему требовалась «раскрутка». И в 1893 г. Хайнц решил принять участие во Всемирной Колумбовой экспозиции в Чикаго. Ему выделили крошечный стенд на втором этаже. Посетителей было очень мало. Казалось, затея заявить о себе всему миру провалилась. Но не таков был Генри Джон Хайнц, чтобы собрать свои банки и бесславно удалиться. Он снова придумал нетривиальный шаг — стал бесплатно раздавать посетителям брелоки в виде маринованного огурца. Толпа, ринув-

шаяся за бесплатным сувениром, была столь велика, что под пол второго этажа пришлось ставить подпорки, чтобы он не рухнул.

Существует легенда о том, откуда в рекламе и названии продукции появилось число 57. В 1896 г. Генри отправился на поезде в Нью-Йорк. В окно он увидел рекламный плакат, предлагавший 21 вид обуви. По мнению Генри, это был удачный ход: некруглая цифра предполагала точность и правдивость. Он придумал слоган «57 разновидностей», выбрав цифру 57 как счастливое число, хотя уже тогда компания выпускала более 60 видов продукции. Сегодня ассортимент компании насчитывает 5700 наименований, однако магическое число 57 всё еще присутствует в ее рекламе.

Хайнц умер от пневмонии в 1919 г. в своем родном Питтсбурге, оставив компанию, на 25 фабриках которой трудились 6,5 тыс. служащих.

Генри Джон Хайнц был почтительным сыном, и уроки, усвоенные им в семье, руководили им всю жизнь, они легли в основу его бизнеса, ими компания руководствуется и сегодня.

Родители внушали ему принципы бережливости, но не жадности, уважения к любому человеку, богатому или

бедному. Его никогда не привлекали бизнес-схемы из разряда «разбогатеть сразу и быстро». Он не выносил мысли о незаработанной или нечестной прибыли. Многие его идеалы и принципы в то время считались оригинальными. К сожалению, зачастую они остаются таковыми и сегодня.

«Если ты делаешь обычное дело необычно хорошо, это обязательно обернется успехом», — гласил один из его лозунгов.

Реклама — двигатель торговли

Второй участник мегасделки по слиянию — корпорация Kraft Foods. Каждая из образовавших ее компаний: General Foods, Kraft и Oscar Mayer — заслуживает отдельного рассказа.

Прародителем компании General Foods был некто Чарльз Уильям Пост, который в 1895 г. сделал первый продукт для розничной торговли на основе зерновых. До тех пор их покупали только мельницы, крупные предприятия для переработки или производства корма. В 1896 г. Пост образовал компанию Postum Cereal Co., Ltd. Он продолжал экспериментировать и вывел на рынок несколько готовых к употреблению продуктов — революционных новинок того времени.

Вряд ли какая компания рекламировала свои товары столь энергично, как General Foods



В настоящее время ежегодно в 140 странах мира продается свыше 650 млн бутылок кетчупа Heinz и 11 млн пакетиков в индивидуальной расфасовке — по 2 пакетика на каждого жителя планеты. Ежегодные продажи кетчупа составляют 1,5 млрд дол.





До конца своей жизни (Пост умер в 1915 г.) он свято верил в силу рекламы и не скупился на продвижение своих товаров.

Братья Крафт в 1916 г. получили патент США на способ производства плавленого сыра

С 1895 по 1914 гг. Postum потратила на рекламу более 12 млн долл. Заметим, что в конце XIX — начале XX вв. реклама еще не проникла во все сферы жизни, как сейчас, и была скорее экзотикой, чем правилом. В компании был создан специальный отдел, который публиковал для детей и их мам занимательные истории о пользе круп, каш и других продуктов на основе зерновых, был издан специальный справочник для учителей, посвященный школьным завтракам, отдельные публикации готовились для рабочих, директоров отделов питания в компаниях и учреждениях.

После смерти основателя Postum продолжала расширяться, приобретая одну фирму за другой. В 1929 г. дело дошло до компании замороженных продуктов Frosted Foods, в структуре которой была небольшая фирма General Foods. Самое ценное в ней было — ее название. В середине года Postum Co. переименовалась в General Foods Corp., что в большей степени отражало диверсифицированный характер продуктов компании.

Единственное, что оставалось неизменным — вера в силу рекламы. В 1931 г. General Foods заводит на радио собственную программу «Школа

кулинарии в эфире». Вымышленный персонаж Франс Ли Бартон учила готовить еду, используя продукты GF. В конце 40-х компания одной из первых начинает использовать новый медийный ресурс — телевидение.

К началу 50-х общие продажи компании достигли полумиллиарда долларов. К этому времени она производила 250 наименований продукции.

Но и этого было мало. Вряд ли какая компания продвигала свои товары столь энергично, как General Foods. У потребителя не должно было оставаться сомнений, за каким пакетом протянуть руку в магазине. В 1959 г. на упаковках товаров, книжках рецептов, в телевизионной рекламе появляется печать «GF». Тем самым компания как бы удостоверяла розничного торговца и покупателя в качестве своей продукции.

Ассортимент товаров продолжал расширяться. Казалось, что GF готова проглотить всё, что может быть съедено или выпито. К началу 80-х годов дело дошло до мяса и мясных продуктов, которые обогатили ассортимент компании после покупки крупнейшего производителя фасованных мясных продуктов — компании Oscar Mayer & Co.

Сыр сыру рознь

Джеймс Льюис Крафт, сын иммигрантов из Германии, в 1903 г. приехал в Чикаго с 65 долларами в кармане. Этого хватило, чтобы взять в аренду лошадь и повозку, купить оптом большую партию сыра и развезти его по лавкам.

Это занятие давало средства для жизни, а бережливость позволила накопить немного денег. В 1909 г. Джеймс Льюис со своими четырьмя братьями основывает компанию Kraft & Bros. Co. Бизнес оказался успешным. Однако оставаться по сути просто перепродавцами чужого сыра братьям было неинтересно. Почему бы не попробовать самим производить сыр? В Америке от замысла до дела путь недолог. Хочешь завести собственный бизнес — на здоровье, только пошевеливайся. Собрав необходимую сумму, в 1914 г. братья покупают небольшую сыродельню в Стоктоне, шт. Иллинойс. Это был первый шаг на пути к успеху.

Но неугомонные братья не останавливаются, им хочется чего-то своего,

особенного, и они придумали способ производства плавленого сыра, который расфасовывают в 100- и 200-граммовые банки.

В 1928 г. Джеймс Льюис делает еще один судьбоносный шаг в развитии своего бизнеса — он проводит сделку слияния с компанией Phenix Cheese — старым, работающим с 1880 г. сыроделом из Чикаго, производителем знаменитого сливочного сыра «Филадельфия». Еще несколько слияний, поглощений, преобразований — компания постоянно развивается, запускает новые продукты, входит в новые альянсы, меняет имя. В начале 50-х гг. более 200 продовольственных товаров несут на упаковке имя Крафт.

В 1953 г. Джеймс Льюис Крафт умер, оставив наследникам огромную процветающую корпорацию.

В 1988 г. Kraft, Inc. становится частью компании Philip Morris, а годом позже сливается с другим подразделением продовольственного гиганта — компанией General Foods Corp.



В составе Philip Morris компания General Foods действовала как самостоятельное подразделение, пока ее не слили с другим отделением Philip Morris — компанией Kraft, Inc., сформировав таким образом корпорацию Kraft General Foods, Inc. Она стала крупнейшей в США продовольственной компанией.

(495) 727-26-12, (495) 223-42-08
www.buildexpo.ru

BUILDEXPO
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

Дизайн и строительство выставочных экспозиций, стендов и торговых площадей



Мясных дел мастер

Оскар Фердинанд Майер родился в Германии, в Баварии, в 1859 г. В 1873 г. 14-летним подростком вместе с родителями он оказывается в Америке, в Чикаго, где устраивается подсобным рабочим в лавку мясника. Десятью годами позже, набравшись опыта и подкупив денег, Оскар вместе с братьями Готфридом и Максом берут в аренду маленькую загибающуюся мясную лавку на Чикагском мясном рынке в надежде вдохнуть в нее жизнь. Им удалось повести дело наилучшим образом, однако спустя 5 лет договор аренды истек. Хозяин лавки, видя в каком прекрасном состоянии находится теперь его магазин, отказался продлить аренду в надежде воспользоваться результатами усилий братьев.

В 1888 г. Оскар и Готфрид берут кредит и открывают собственный мясной магазин на Сэдживик-авеню в Чикаго. Они готовят собственные сосиски, сардельки и разнообразные колбаски, совсем как в родной Германии. Немецкие иммигранты, которых много в этом районе Чикаго, с удовольствием раскупали напоминающие о родине продукты. Компания растет, ее знают уже не только в немецком квартале Чикаго. Понимая силу рекламы, братья становятся спонсорами ряда важных событий, в том числе такого грандиозного, как Всемирная Колумбова экспозиция в Чикаго в 1893 г.

В 1906 г. компания Оскара Майера добровольно присоединяется к новой

Федеральной программе инспекции мясных продуктов и становится одним из первых в США производителей расфасованных мясных продуктов, получивших знак качества от Федеральной мясной инспекции. Это отличает продукцию Оскара Майера от мясopодуцции других производителей. В 1913 г. ее оборот превышал 2,7 млн долл.

В 1929 г. Oscar Mayer & Co. впервые начинает оклеивать связки с сардельками характерной желтой лентой, на которой написано имя компании. Это был, пожалуй, первый опыт брендинга в мясной отрасли.

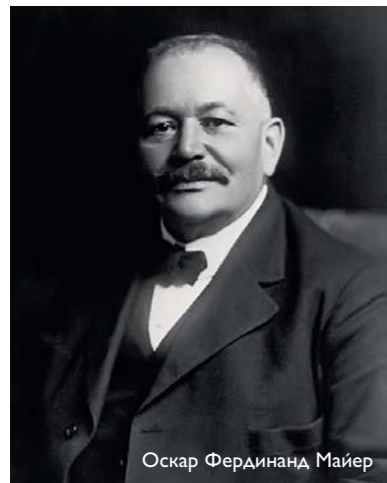
Оскар Майер умер в 1955 г. в возрасте 95 лет. К этому времени его компания давно преодолела рубеж продаж в 100 млн долл. В 1981 г. компания General Foods Corp. приобрела Oscar Mayer & Co. Inc. за 470 млн долл.

На вершине

В марте 2015 г. было объявлено, что компании Kraft Foods и H. J. Heinz будут объединены в единую корпорацию Kraft Heinz. Осенью сделка была исполнена. Акционеры Heinz получили контроль над 51% объединенной компании, акционеры Kraft Foods Group — над 49%. В результате возникла 3-я по величине в Северной Америке и 5-я в мире компания в сфере продовольствия и напитков с оборотом в 29 млрд долл. (2014 г.). Сотрудники компании работают в 45 странах мира. Она владеет 8 брендами стоимостью свыше 1 млрд долл. и 5 брендами, которые стоят более 500 млн долл. Многие марки товаров объединенной компании являются мировыми лидерами в своих категориях. Это сыры Kraft и Philadelphia; кофе Jacobs, Carte Noire, Maxwell House; шоколад Alpen Gold, Milka, Toblerone; кетчупы и детское питание Heinz.

Банки с хреном, натертым собственными руками; нищий немецкий иммигрант, развозящий на тощей лошадейке сыр по чужим лавкам; подсобный рабочий в мясной лавке — многие знаменитые американские компании обязаны своим появлением энергии иммигрантов. Их путь к успеху был трудным. Но каждый из основателей компаний, вошедших в структуру нового лидера рынка, мог бы гордиться делом своих рук.

Ирина СКИБИНСКАЯ



Оскар Фердинанд Майер



WWW.UBOATWATCH.IT



U-BOAT

ITALO FONTANA

CHIMERA 46 SS SKELETON

Лимитированная серия | 88 экземпляров

Продажа по предзаказу

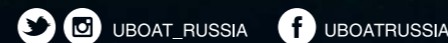
КРОКУС СИТИ МОЛЛ, Крокус Сити, 66-й км МКАД, тел.: +7 495 727 2549

ТРК VEGAS КРОКУС СИТИ, 66-й км МКАД, тел.: +7 495 236 1175

ТЦ LOTTE PLAZA, Новинский бульвар, 8, тел.: +7 495 787 1115

AIZEL, пер. Столешников, 10/3, тел.: 8 800 100 2828

ЦУМ, ул. Петровка, 2, тел.: +7 495 933 7300



КУДА? НА ЯРМАРКУ В ПОЗНАНЬ



Кто не знает ярмарку в Познани? В течение нескольких веков она была визитной карточкой города. Уникальное стечение исторических обстоятельств и профессионализм нескольких поколений руководителей и сотрудников компании привели к тому, что в наши дни фирма «Международные познаньские ярмарки» (Międzynarodowe Targi Poznańskie, МТР) стала безусловным лидером выставочного рынка Польши.

На долю компании МТР приходится 50% арендованной площади и свыше 60% экспонентов, участвующих в выставках на территории страны. Более того, она по праву считается крупнейшим организатором выставок в Центральной и Восточной Европе. Ни в столичной Варшаве, ни в других польских городах с многовековой историей купеческой жизни: Гданьске, Лодзи, Вроцлаве, Кракове — в течение последних ста лет так и не появилось достойного конкурента.

В XIX в., несмотря на богатую купеческую и торговую историю Познани, ярмарочные традиции города были во многом утрачены. После восстановления Польского государства в 1918 г. местные власти всеми силами стремились вернуть городу ключевую роль в экономике страны. Одним из самых успешных шагов в этом направлении стало создание выставочного центра.

Первая ярмарка нового времени состоялась в Познани в мае 1921 г. Через четыре года настало время международной выставки с участием зарубежных гостей. А в 1929 г. город буквально прогремел на весь мир — здесь прошла Всеобщая национальная выставка, призванная показать достижения первого десятилетия польской независимости. На стендах были представлены товары, сделанные исключительно в Польше или польскими компаниями за рубежом. Экспозиция располагалась в 112 зданиях, разделенных на 32 сектора, на общей площади 60 га. С мая по сентябрь, в течение 138 дней, ее посетили 4,5 млн гостей, включая 200 тыс. иностранцев.

После полного разрушения комплекса в годы Второй мировой войны ярмарка возродилась в 1947 г. в новых геополитических условиях. После 1989 г. наступили жесткие рыночные времена, которые она не только выдержала, но и превзошла всех возможных соперников, после чего вышла на мировые просторы, став одним из признанных символов Польши.

Фирма Międzynarodowe Targi Poznańskie находится в полной собственности государственных и муниципальных структур: 60% акций принадлежат Государственному



В 2016 г.
в Познани
пройдет свыше
80 выставочно-
ярмарочных
мероприятий

казначейству и 40% — городу Познань.

При этом ее деятельность выходит далеко за пределы родной площадки — выставки проводятся и в других городах Польши. Так, рыболовная ярмарка Rybomania прописалась в Катовице и Люблине, выставка товаров для лошадей и конного спорта Cavaliada — в Люблине и Варшаве.

В последние 20 лет компания прочно укрепила на международном рынке. Одним из важнейших направлений бизнеса стала организация коллективных экспозиций польских предприятий в выставках за рубежом, прежде всего в Германии, России, Украине, Чехии и других странах.

В наши дни фирма использует все возможные методы привлечения экспонентов, включая и самые инновационные. Так, в 2003 г. она учредила собственную премию Acanthus Aureus, присуждаемую экспонентам за успешную реализацию маркетинговой стратегии в дизайне и архитектуре стенда.

Вполне закономерно, что она имеет звание «Посла польской экономики» и обладает множеством международных и национальных наград, таких

Познань получила городские права в 1255 г. и с тех пор всегда была одним из важнейших центров торговли, промышленности, образования и культуры в Восточной Европе. В Средние века в начале августа, в дни памяти святого Доминика, здесь проходила традиционная ярмарка. Тогда приезжие купцы освобождались от всяких пошлин и повинностей. После нескольких разделов Польши в конце XVIII в. город вошел в состав Прусского королевства, позднее — Германской империи, и ярмарочные традиции были во многом утрачены.



как Teraz Polska («Новая Польша»), Budowniczy Polskiego Sportu («Строитель польского спорта»), Jan Kiliński Gold Medal («Золотая медаль Яна Килински») и многих других.

Конгресс-центр способен принять мероприятия общей численностью до 11 тыс. делегатов

Ведущий выставочный центр Польши расположен в самом сердце города напротив железнодорожного вокзала. Он включает 16 современных павильонов общей площадью около 100 тыс. кв. м и конгресс-центр. На открытом воздухе находится еще примерно 35 тыс. кв. м экспозиционной площади.

Залы оборудованы по последнему слову техники, обеспечены полным комплектом необходимого инженерного и коммуникационного оборудования, включая кондиционирование. Все выставочные стенды подключены к интернету.

В 2012 г. здесь был открыт крупнейший в Польше конгресс-центр, способный принять мероприятия общей численностью до 11 тыс. делегатов. Мультимедийное оборудование, размещенное в залах, позволяет проводить не только конгрессы и конференции, но и концерты звезд эстрады, спортивные соревнования и корпоративные приемы.

В четырех зданиях, включая и конгресс-центр, насчитывается 79 конференц-залов.

На территории имеется также множество комфортных мест для отдыха и деловых встреч: рестораны, залы VIP-клуба, специальные салоны для экспонентов.

Парковка рассчитана на 2 тыс. машино-мест.

В 2014 г. в выставках в Познани приняли участие около 11 тыс. экспонентов, в т. ч. 2,5 тыс. компаний из 69 стран, и не менее 650 тыс. посетителей-специалистов из 67 стран.

Итоги работы в 2015 г. только подводятся, но вот планы на 2016 г. уже точно известны. В Познани пройдет

свыше 80 выставочно-ярмарочных мероприятий.

По традиции, год открывает однодневная свадебная ярмарка Targi Slubne.

Поскольку, как уже было сказано, МТР является лидером выставочного рынка своей страны, план мероприятий в Познани носит поистине универсальный характер и охватывает всевозможные направления бизнеса: от индустрии моды (Poznan Fashion Fair) до сварки (Welding) и металлургии (Metalforum), от похоронной индустрии (Memento Poznan) до водного спорта (Boatex).

В Познани есть свой автомобильный салон Motor Show, туристская ярмарка Tour Salon и национальная мебельная выставка Meble Polska.

При этом, что также характерно, все мероприятия носят национальный характер. При обширном международном участии и вовлеченности в процессы европейской и глобальной интеграции выставки в Познани нацелены преимущественно на польский рынок.

Что это значит? Только одно: если производитель, к примеру, осетинских пирогов планирует активно продавать свой товар именно в Польше, ему прямая дорога в Познань на продовольственные ярмарки Polagra Food / Polagra Gastro. Однако если он ставит задачу охватить весь европейский или мировой рынок, ему придется доехать до Кельна и Парижа — на крупнейшие в мире продовольственные выставки ANUGA и SIAL. К слову, польских гостей он там встретит обязательно, так же, как и чешских, бразильских и японских.

Конечно, в былые годы, во времена СССР, наших граждан на выставках в Познани было существенно больше, чем сейчас. Будем надеяться, что лучшие времена в отношениях России и Польши еще настанут, и познанские ярмарки станут излюбленным местом поездок наших предпринимателей.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ,
«ИнформЭКСПО» — специально для журнала «Бизнес и выставки»

Выставки компании Miedzynarodowe Targi Poznanskie в 2016 году

Название выставки	Дата	Тема
POLAGRA — PREMIERY	21–24.01	Международная выставка механизации агропромышленного комплекса
BUDMA	02–05.02	Международная строительная выставка
TOUR SALON	12–14.02	Туристическая ярмарка
BTS	24–27.02	Выставка обуви, кожи и продукции из кожи
FAST FASHION	24–27.02	Выставка модной одежды и аксессуаров весенне-летнего сезона
GARDENIA	25–27.02	Ярмарка садов и ландшафтной архитектуры
ARENA DESIGN	08–11.03	Международная выставка дизайна
HOME DECOR	08–11.03	Выставка продукции для оформления интерьера
MEBLE POLSKA	08–11.03	Мебельная выставка
Poznanski Salon Optyczny	18–19.03	Специализированная оптическая выставка
Salon Wyposazenia Szkol i Przedszkoli	18–19.03	Международная выставка товаров для детей и школы
MOTOR SHOW	31.03 — 03.04	Международная автомобильная выставка
SALMED	12–14.04	Международная выставка медицинского оборудования и инструментов
DREMASILESIA	22–24.04	Выставка оборудования, технологий и инструментов для деревообработки
SECUREX	25–28.04	Международная выставка систем безопасности
TCS	25–28.04	Выставка обогревательного оборудования
SAWO	26–28.04	Международная выставка средств защиты, пожаротушения и спасательного оборудования
BEAUTY VISION	07–08.05	Косметический форум
EXPOPOWER	10–12.05	Международная выставка энергетики
GREENPOWER	10–12.05	Международная выставка возобновляемых источников энергии
INNOVATIONS — TECHNOLOGIES — MACHINES POLAND	07–10.06	Промышленная выставка «Инновации — Технологии — Машины»
MACH — TOOL	07–10.06	Машиностроительная выставка
METALFORUM	07–10.06	Выставка металлургии и металлообработки
POZNAN FASHION FAIR	29–31.08	Международная выставка моды
EKO-LAS	07–10.10	Выставка лесоводства, лесного хозяйства и охраны окружающей среды
FDI.	07–10.10	Ежегодный стоматологический конгресс
INTERMIC	13–16.09	Международная выставка оборудования для текстильной промышленности, производства одежды и обуви
POLAGRA — TECH	25–29.09	Международная выставка оборудования и технологий для пищевой промышленности
INVEST — HOTEL	26–29.09	Международная выставка оборудования для гостиниц
LOGIPAK	26–29.09	Международная выставка логистики
POLAGRA FOOD	26–29.09	Международная ярмарка продуктов питания
TAROPAK	26–29.09	Международная выставка технологий упаковки и маркировки
REKLAMA 360	04–06.10	Международная выставка товаров и печатного оборудования для рекламной индустрии
POZNAN SPORT FAIR	07–09.10	Спортивная ярмарка
Poznan Game Arena Fair of Digital Entertainment and Video Games	21–23.10	Шоу видеоигр и цифровых технологий
HAPPY BABY	22–23.10	Ярмарка игрушек и товаров для детей
HOBBY	22–23.10	Выставка хобби и предметов коллекционирования
GLASS	16–19.11	Выставка стекольной промышленности
CAVALIADA	01–04.12	Выставка товаров для лошадей и конного спорта
Festiwal Sztuki i Przedmiotow Artystycznych	02–04.12	Фестиваль искусства и народных ремесел



Площадь павильонов выставочного центра Польши составляет около 100 тыс. кв. м, на открытом воздухе находится еще примерно 35 тыс. кв. м экспозиционной площади



Ярмарка в Познани является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) с 1927 г., а также одним из учредителей Международной ассоциации выставочной статистики стран Восточной Европы CENTREX.

ЦЕНА И КАЧЕСТВО ВЫСТАВОЧНЫХ УСЛУГ

Цена выставочных услуг — это рыночное предложение экспобизнеса. Стоимость участия в выставке влияет на ее восприятие целевым экспонентом. В сочетании с мнением экспонента этот показатель формирует общее восприятие ценности выставочных услуг, цена которых существенным образом влияет на прибыль поставщика.



Специфика формирования стоимости экспослужб определяется их неимущественностью и неосязаемостью

Ценовой фактор конкурентоспособности выставочных услуг складывается из их цены и стоимости потребления. Цена выставочных услуг предопределяет сумму, которую потребитель отдает экспобизнесу в виде вознаграждения за возможность получения этих услуг и за будущую совокупную пользу и выгоду от их потребления. Специфика формирования стоимости экспослужб определяется их неимущественностью и неосязаемостью, узкой направленностью и несохраняемостью, трудностью сравнения и сопоставления. Установить степень влияния ценового фактора на совокупную конкурентоспособность экспослужб довольно сложно. Возможный диапазон ценового воздействия обусловлен разницей между ценами продаж и ценами нижнего предела, обеспечивающими рентабельность производства и оказания выставочных услуг. Управление конкурентоспособностью выставочных услуг посредством цены возможно только в тех случаях, когда для этого созданы предпосылки в виде высокого уровня качества и низких издержек производства. Другими словами, возможности ценового регулирования, а значит, и сама рыночная конкурентоспособность выставочных услуг в значительной степени должны закладываться в ходе планирования их производства.

Структура цены на выставочные услуги

Суммарная стоимость выставочных услуг определяется субъективными и объективными затратами, связанными с их приобретением и потреблением. Субъективные затраты — это расход таких ресурсов, как рабочее время и трудовые усилия. Объективные затраты связаны с отчуждением денежных или иных материальных средств на покупку права получения выставочных услуг.

Стоимость выставочных услуг складывается из цены аренды эксплощадки, надбавок за тип и местоположение стенда, регистрационного взноса экспонента, цены выставочного оборудования и дополнительных услуг. Причем вклад первых двух составляющих — определяющий.

Затраты на потребление выставочных услуг — это издержки, связанные с подготовкой к участию в выставке и работой на выставке, погрузкой (разгрузкой) и транспортировкой выставочных образцов, расходами на командирование сотрудников (проезд к месту выставки, проживание и т. п.).

Неценовые факторы конкурентоспособности выставочных услуг

Неценовые факторы, определяющие конкурентоспособность выставочных услуг, — это степень их полезности и уровень качества, эф-

фективность рыночного предложения и конкурентоспособность поставщика (экспобизнеса), интенсивность конкуренции на локальном экспорынке, а также принятые нормы и правила конкурентной борьбы.

Качество выставки характеризуется числом и уровнем деловых контактов экспонентов и посетителей

Качество как фактор конкурентоспособности экспослужб

Понятие «качество» применительно к выставочным услугам трактуется как степень соответствия потребительским запросам и ожиданиям, общепринятым нормам и стандартам, как присущие специфические характеристики и свойства, вызывающие удовлетворение потребителя, как усиливающее благоприятное впечатление у клиентов отсутствие явных недостатков.

Качество выставки характеризуется числом и уровнем деловых контактов экспонентов и посетителей. Количественную оценку качества экспослужб принято сводить к определению нескольких статистических параметров выставочного мероприятия, среди которых:

- число и профессиональный состав (уровень специализации, квалификации и компетентности) целевых посетителей;
- площадь нетто экспозиции (общая, закрытая, открытая);
- число и состав экспонентов.

Качество международных выставочных мероприятий оценивается с учетом доли иностранных экспонентов и числа стран-участниц.

Кроме того, качество выставок характеризуется неколичественными показателями, например степенью вовлеченности нематериальных ресурсов экспонентов в процесс оказания выставочных услуг. Влияет на качество выставок и уровень сервиса, доступный участникам.

Конкурентоспособность выставок не может быть достигнута исключительно посредством управления их качеством. Рыночные перспективы выставочных услуг определяются не только издержками на их оказание. Тут важны и другие факторы, в числе которых — эффективность маркетинговой деятельности экспобизнеса.



Основная задача маркетинга в выставочном деле состоит в заблаговременном, убедительном и наглядном доказательстве ценности и незаменимости предлагаемых экспослужб

Конкурентоспособность рыночного предложения выставочных услуг

зависит от профессионализма и интенсивности их продвижения на экспорынок, от способности маркетинговой коммуникации и рекламы убедить целевого экспонента в том, что ему гарантируется благоприятная деловая среда с определенным числом бизнес-контактов в ходе выставки.

Экспобизнес предлагает своим целевым клиентам приобрести услуги с большой неосязаемой составляющей, выгода и польза от потребления которых вовсе не очевидна на стадии покупки и плохо поддается измерению и осознанию впоследствии. Основная задача маркетинга в выставочном деле состоит в заблаговременном, убедительном и наглядном доказательстве ценности и незаменимости предлагаемых экспослужб.

Конкурентоспособность выставочной организации

характеризует ее экономические возможности по оказанию конкурентоспособных экспослужб. Конкурентоспособность — это совокупный показатель эффективности управления выставочной

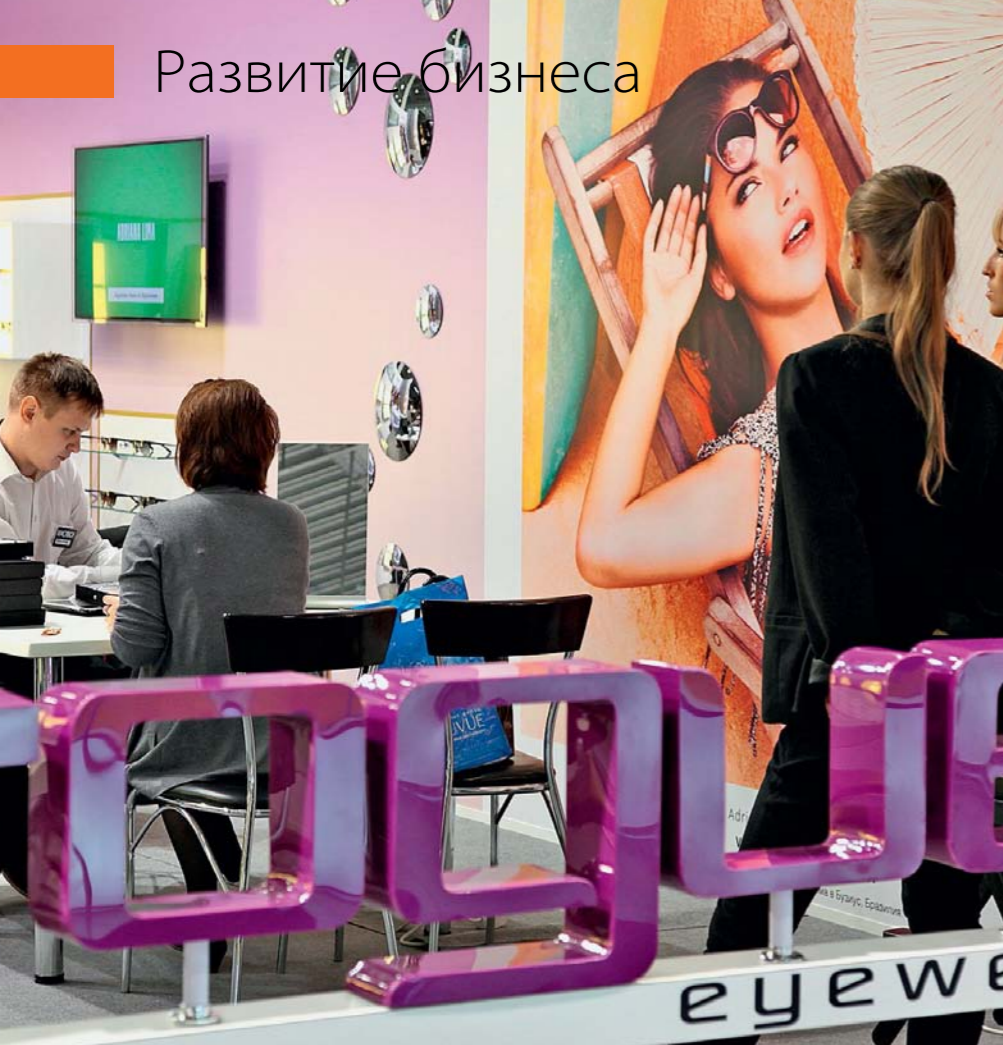


организацией, ее готовность своевременно предложить рынку выставочные услуги, наиболее полно отвечающие предпочтениям потребителей по сравнению с услугами конкурентов.

Конкурентоспособность выставочной организации формируется под действием комплекса факторов внешней и внутренней бизнес-среды. Внешнее окружение влияет на выбор конкурентных целей и средств их достижения. Внутренние условия определяют возможности достижения этих целей.

В качестве возможных причин слабой конкурентоспособности выставочной организации назовем следующие:

- неблагоприятно складываются внешние обстоятельства (например,



Разумное вмешательство властей в работу выставочного сектора дает, как показывает практика ряда стран, ощутимые положительные результаты

высокие налоги, инфляция, экономическая нестабильность) или внутренние условия (нехватка финансовых средств, технологическая отсталость, плохое управление и т. п.) ее деятельности;

- недостаточный уровень квалификации и отсутствие перспективного видения у топ-менеджмента, обусловленные слабым знанием специфики выставочного дела и особенностей экспортынка;

- невнимание к нуждам сотрудников со стороны руководства, провоцирующее текучесть кадров, что ведет к ухудшению работы с клиентами и утрате позиций на рынке.

Современная практика обеспечения конкурентоспособности выставочной организации оперирует сразу несколькими факторами, среди которых весьма значимы эффективность управления, рыночная стратегия, технологическая вооруженность. Но ключевую роль все-таки играет человеческий фактор: эффективность

труда менеджеров, квалификация и работоспособность персонала.

Правила конкуренции и регулирование выставочного рынка

Допустимые приемы и уровень конкуренции на рынке выставочных услуг, острота и характер соперничества экспобизнеса определяются законодательными и общественными мерами регулирования выставочно-ярмарочной деятельности, а также сложившимися в этой области предпринимательства традиционными этическими нормами.

Экономическая важность сферы экспослужб определяет масштабы, способы и инструменты государственного воздействия. Разумное вмешательство властей в работу выставочного сектора, оправданное с точки зрения ряда критериев общехозяйственного и социально-политического значения, дает, как показывает практика некоторых стран, ощутимые положительные результаты.

Для регулирования выставочно-ярмарочной деятельности государство может использовать как административные, так и экономические методы. Административные меры базируются на силе государственной власти и соответствующем законодательстве. Они директивно ограничивают свободу экономического выбора субъектов рынка выставочных услуг. Наоборот, экономические методы, предусматривающие сохранение альтернатив, предполагают воздействие на материальные интересы участников экспортынка и создание у них заинтересованности следовать линии, соответствующей проводимой в стране экономической политике.

Государственное воздействие на экспобизнес достигается при помощи разнообразных инструментов, к которым относят лицензирование, регламентацию и антимонопольные запреты, госзаказы, дотации и субсидии, специальные программы и планы, а также налоговые льготы.

По материалам книги Кирилла СИМОНОВА «Современный экспобизнес. Условия предпринимательства и управленческие технологии».

Международная выставка ландшафтной архитектуры, садового строительства, дизайна открытых пространств и интерьеров



GARDEN BUILD

5-8 апреля 2016 года

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

II павильон, зал №9

www.garden-build.ru

ВАЖНЕЙШЕЕ СОБЫТИЕ ГОДА

ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ ЛАНДШАФТНОЙ ИНДУСТРИИ!

Ландшафтная архитектура и дизайн

Малые архитектурные формы

Товары для сада и садоводства

Техника и оборудование, материалы и инженерные системы

Посадочный материал

Зимние сады, дизайн интерьеров

12+

Реклама



Организаторы: Крокус Экспо (Международный выставочный центр), Ассоциация ландшафтной архитектуры России, ЦВЕТЫ

Генеральный партнёр: GARDENER.RU

Генеральные интернет-партнёры: GARDENER.RU, GARDEN-BUILD.RU

Официальная поддержка: МСА (Московская ассоциация ландшафтной архитектуры), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России), АСА (Ассоциация садоводов России)

Генеральный информационный партнёр: DOM

Стратегический информационный партнёр: АРХИТЕКТОР

Информационный партнёр: machinebook



С ИМПЕРСКИМ РАЗМАХОМ

Франко-британская выставка 1908 г. в Лондоне была посвящена достижениям промышленности, торговли и культуры Британии и Франции, ее задачей было продемонстрировать дух согласия и сердечной дружбы двух стран, а также цивилизующую роль этих империй. До начала Первой мировой войны оставалось всего 6 лет.

Франко-британская ЭКСПО состоялась в специально построенном для этого события Белом городе — выставочной территории в Шепердс-Буш в Западном Лондоне. Столица Британии готовилась принять Олимпийские игры 1908 г., поэтому и выставку решили приурочить к этому событию. Место для строительства Олимпийского стадиона выбрали рядом с возводимым выставочным городком.

В пасмурный дождливый день 14 мая 1908 г. принц Уэльский официально открыл выставку. Оркестр играл британский гимн и «Марсельезу». Несмотря на плохую погоду, которая в Англии никого не смущает, в день открытия мероприятие посетили 123 тыс. человек. Это было, пожалуй, самое большое стечение народа на ЭКСПО, если не считать 31 августа, когда там насчитали 130 тыс. человек.

Выставку обслуживали 5 тыс. человек, из них около тысячи оставались на площадке всю ночь.

Выставочный городок в прессе и в народе называли Белым городом, так как все здания там были белого цвета. Над внешним обликом экспозиции работал целый штат архитекторов под руководством Джона Белчера и Маркуса Тедуара.

Площадка была поделена на тематические зоны. Посетители, оплатившие вход (билет на день стоил 1 шиллинг, за гинею можно было купить билет на весь сезон), прежде всего попадали на Двор почета. Здесь можно было полюбоваться на искусственные водоемы и белые здания в индийском стиле, богато украшенные гипсовой лепниной. Здесь же располагался Дворец промышленности.



Пройдя Двор почета посетитель попадал на Площадь искусств, где его внимание привлекали дворцы прикладного искусства, декоративного искусства, изящных искусств, музыки и женского творчества.

Осмотрев павильоны на Площади искусств, уставший гость шел дальше и оказывался в Элитном саду с его роскошными клумбами и искусственными водоемами. Общая протяженность рукотворных каналов составляла 1,5 км. Здесь слух улаждали не только пение птиц, но и игра оркестра. К западу от этой территории отдыха и умиротворения находился Сад прогресса и Павильон машиностроения.

Многие из зданий освещались электричеством, по вечерам включали иллюминацию, которая поражала воображение еще не привыкших к этой диковинке людей. Все здания по периметру обрамляли 100 тыс. электрических лампочек, создавая неповторимое ощущение сказки.

В зоне развлечений можно было отдохнуть, перекусить и подивиться диковинкам из французских и английских колоний, в частности из таких экзотических стран, как Индия, Канада, Австралия, Цейлон, Сенегал и другие.

Как и всякая другая ЭКСПО, Франко-британская выставка сочетала в себе демонстрацию достижений промышленности и культуры. Так, во Дворце декоративного искусства были широко представлены мебель, бильярдные комнаты, кухонная утварь, домашний текстиль, ковры, керами-

ка — короче, огромное количество вещей, которые должны были прийти по вкусу английскому домовладельцу эдвардианского времени. Во Дворце британского прикладного искусства были собраны ювелирные украшения и драгоценности, золотые и серебряные столовые принадлежности. Здесь были часы, которые требовали завода всего один раз в год, причем к концу 12 месяцев их точность была ровно такой же, как и сразу после завода. Здесь также была коллекция золотых кубков королевских скачек в Аскоте и других спортивных трофеев.

Дворец изящных искусств состоял из 19 обширных галерей, где были собраны около 15 тыс. работ английских и французских художников и скульпторов.

Отдельный павильон был посвящен Парижу — его за 12 тыс. ф. ст. возвела парижская мэрия. Здесь были экспонаты, относящиеся к городской жизни и инфраструктуре столицы Франции — посетители узнавали, как там организовано водоснабжение, газовое освещение улиц, дорожное движение и пр.

Тяжелая промышленность была представлена экспонатами из области угледобычи, металлургии, судостроения и оружейного дела. Не забыли и про легкую промышленность и ремесла. Так, прямо перед зрителями свое мастерство показывали стеклодувы. Отдельные павильоны были посвящены образованию, науке, сельскому хозяйству, пищевой промышленности Британии и Франции.



В Павильоне британской текстильной промышленности, который находился на Дворе почета, английские промышленники имели возможность продемонстрировать шелка, льняные, хлопчатобумажные, шерстяные ткани своих фабрик в самом привлекательном виде.

Очаровательное маленькое здание, увенчанное короной, вход в которое украшало королевское оружие, — Королевский павильон — было построено специально для членов британской королевской семьи. Если кто-либо из них посещал выставку, он мог отдохнуть и выпить чая в Королевском павильоне — к его услугам была изящная гостиная в стиле Людовика XVI и столовая в георгианском стиле.

Искусственные каналы имели общую протяженность 1,5 км. У посетителей была возможность на лодках подплывать к павильонам





Аттракцион «Флип-Флоп» пользовался огромной популярностью посетителей.

Замысел организаторов мероприятия состоял в том, чтобы в наилучшем свете показать позитивную, цивилизующую роль империй и достижения их колоний (по крайней мере то, что в те времена считалось достижениями).

Своей роскошью привлекал индийский павильон — красивое здание с 14 изящными куполами, очертаниями напоминавшее Тадж-Махал. Внутри были все чудеса Востока: изысканные ковры, филигранная тонкая резьба, текстильные изделия, ароматные специи. Здесь же была очень реалистично выполненная модель шахты по добыче рубинов в Бирме. Посетив павильон, можно было сделать вывод о яркой, красивой и необычной жизни обитателей этих далеких британских владений.

Экспонаты из двух французских колоний: Туниса и Алжира — разместились в здании, сооруженном в мавританском

стиле. Помимо многочисленных экспонатов, карт, диаграмм, внимание посетителей привлекала алжирская девушка, которая ткала ковры, а также демонстрировала другие ремесла алжирцев.

Канадский павильон общей площадью более 10 тыс. кв. м и стоимостью 33 тыс. ф. ст. демонстрировал успехи и быстрое развитие доминиона. Здесь было зерно из западных провинций Канады, лес из Квебека, фрукты из Британской Колумбии и множество других интересных и важных экспонатов.

Вся северная часть выставочного городка была отдана аттракционам и увеселениям. Здесь были построены этнические деревни стран и территорий, находящихся под властью Франции и Британии, а названия расходящихся веером улиц напоминали о событиях лучших дней двух империй.

Плакаты и открытки, выпущенные к выставке, всячески подчеркивали сердечность дружбы Британии и Франции



Множество интересных аттракционов привлекало внимание посетителей. Входные билеты не давали права на их посещение — на каждый (а также на любое увеселительное мероприятие) надо было покупать отдельный билет стоимостью 6 пенсов.

Огромной популярностью пользовался «Флип-Флоп», огромное металлическое сооружение типа качелей, две «руки» которого поднимали кабины со зрителями на высоту 45 м. Кабины поворачивались на 180 градусов, давая прекрасный обзор всего Белого города. Одна кабина вмещала 48 человек, а само путешествие вверх и вниз длилось 3 минуты.

Другой популярный аттракцион — «Дорога в горах». Была построена электрическая железная дорога (поезд развивал скорость более 70 км в час), проходящая вдоль искусственных гор, рек, водопадов и пещер. Пассажиры любовались восхитительными видами.

Не стоит и говорить, что все дни работы выставки были наполнены многочисленными концертами, выступлениями популярных артистов, запускались грандиозные фейерверки.

В этнических деревнях весь период работы выставки жили настоящие, коренные, обитатели соответствующих стран. Они демонстрировали свои навыки, умения и ремесла в своей якобы естественной среде. Так, в цейлонской деревне выстроили пагоду, устроили восточный базар, свое мастерство показывали танцоры, музыканты, фокусники.

ЭКСПО закрылась 31 октября. Ее посетили в целом 8,4 млн человек, общие сборы составили 420 тыс. ф. ст. Несмотря на то, что посещаемость оказалась ниже ожидаемой, выставку признали успешной.

Территорию Белого города продолжали использовать и после закрытия экспозиции: здесь вплоть до 1937 г. проходили важные мероприятия, например British Industries Fair — Выставка британской промышленности, крупнейшая торговая ярмарка тех лет. Впоследствии Белый город впал в запустение и был снесен. На его месте возник жилой квартал, здесь теперь находится телевизионный центр компании ВВС. До наших дней не дошло ни одного материального свидетельства Франко-британской выставки 1908 г.

Ирина МУРАВЬЕВА

20-я международная выставка



Охота Рыбалка



10-13 марта 2016 года

Крокус Экспо, III павильон, зал 12

www.safariexpo.ru

12+ реклама

Организатор:



При поддержке:



Генеральный информационный партнёр:



НОВОСТИ

АУКЦИОНОВ

Лучшие лоты аукционов Christie's и Sotheby's в категории «Старые мастера и британская живопись», декабрь 2015 г.

Пьетро Теста. «Эней и Сивилла показывают золотую ветвь Харону»
Прим. 1640 г., 746,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 300–500 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.



Картина иллюстрирует эпизод из 6-й книги поэмы «Энеида» Вергилия, когда греческий герой Эней спускается в Ад в сопровождении прорицательницы Сивиллы. Чтобы переправиться на берег мертвых, Эней должен уговорить перевозчика Харона. Он показывает ему «золотую ветвь» — символ воскресения из мертвых.

Ян Госсарт по прозвищу Мабюз. «Дева с младенцем»
Прим. 1520 г., 4,6 млн ф. ст. (первоначальная оценка — 4–6 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Нидерландский живописец, график и резчик по дереву Госсарт получил прозвище Мабюз по французскому городу Мобёжу, в котором он родился. После путешествия в Рим в 1508–1509 гг. Госсарт попал под влияние итальянских художников высокого Возрождения, поэтому его поздние произведения, в том числе и «Дева с младенцем», похожи на картины Леонардо да Винчи, Рафаэля и Микеланджело.



Питер Брейгель (младший). «Крестьянская драка»
Прим. 1620 г., 869 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 600–800 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Художник приобрел известность благодаря своему умению изображать жанровые сценки из жизни простых людей. Всего было сделано 10 вариантов картины, из которых сохранилось только пять. Эксперты предполагают, что пейзаж на заднем плане картины принадлежит руке Яна Брейгеля (младшего), племянника художника.

Неизвестный художник (предположительно Андре д'Ипра). Левое крыло триптиха, написанного по заказу семьи Дре-Буде, «Предательство и взятие Христа под стражу»
Прим. 1450 г., 965 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 400–600 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.



Вероятно, триптих был сделан для украшения церкви Пресвятой Девы и Святого Христофора в приходе Сен-Жерве-Сен-Протэ в Париже, где французское семейство Дре-Буде выделило себе часовню для семейного захоронения. На триптихе есть портрет заказчика Дре-Буде и его сына Жана в образе святого Христофора.



Шарль Антуан Куапель. «Разрушение дворца Армиды»
Прим. 1737 г., 506,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 250–300 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Куапель стал художником, когда в моде был рококо — легкий, фривольный стиль салонной живописи. Тем не менее композиция работы яркая и динамичная. Сюжет картины отсылает к трагической любви рыцаря Ринальдо и волшебницы Армиды, которая после предательства возлюбленного разрушила свой дворец, который напоминал ей о нем.



Питер Брейгель (младший). «Ловушка для птиц»
Прим. 1620–1630 гг. 1,2 млн ф. ст. (первоначальная оценка — 1–1,5 млн ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Картина представляет собой почти копию с пейзажа отца художника Питера Брейгеля (старшего). Питер Брейгель (младший) добавил в нее глубины, превратив в притчу. Умиротворяющий пейзаж обманчив. В левой части картины крестьяне организовали зимние забавы прямо на хрупком льду реки. В то же время у ловушки, образованной старой дверью, толпятся птицы, которые могут вскоре стать жертвами собственной беспечности.



Джон Констебл. «Плотина»
1824 г., 9,1 млн ф. ст. (первоначальная оценка — 8–12 млн ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Картина была написана для выставки в Королевской академии. Она входит в небольшую серию монументальных «шестифутовых» пейзажей, созданных с 1819 по 1825 гг., которые принято считать вершиной творчества Констебла. Сам художник высоко ценил это произведение и демонстрировал только на престижных экспозициях.



АМЕРИКАНСКИЕ ДЕФИЦИТЫ: СЕКРЕТ ЖИВУЧЕСТИ

Одно из своеобразных явлений современной мировой финансовой сферы — продолжительное существование крупных дефицитов федерального бюджета, торгового и платежного баланса США и большого государственного долга этой страны. Они служат постоянным объектом внимания и вызывают дискуссии и споры в США и за их пределами.

Считается очевидным, что наличие дефицита в той или иной области финансов представляет собой негативное явление, свидетельствующее о неблагополучии в данной области или в хозяйстве страны в целом. Достаточно напомнить, сколько острых событий сопровождало последние годы процесс урегулирования долговых проблем Греции. Да и в США вокруг проблемы бюджетного дефицита и государственного долга еще недавно кипели страсти в конгрессе, результатом чего стало резкое сокращение бюджетного дефицита путем срочных болезненных мер.

Отчего же США могут позволить крупные дефициты, а Греция и подобные ей страны — нет? Некоторые знатоки поспешат объяснить, что США, пользуясь статусом доллара как мировой валюты, просто печатают деньги и расплачиваются ими. Но при таком подходе остается в тени тот факт, что мировой валютой могут стать только деньги такой страны, которая лидирует в мировой экономике по размерам и научно-техническому потенциалу. За деньги этой страны другие партнеры могут купить передовые товары, технику, технологии, продукты интеллектуальной собственности, землю, фирмы и все другое, что служит их обеспечением. Какова же при этом роль дефицитов?

Дефицит торгового баланса США — это результат действия современной модели международного разделения труда

Начнем с того, что финансовая система США устроена иначе, чем в других странах. Во-первых, государство в США привлекает во все свои бюджеты

гораздо меньшую часть денежного массива ВВП, чем большинство развитых стран: всего 30%, в то время как многие страны ЕС — 50% и более. Далее: акцентируя экономическую политику на первенствующей роли личной инициативы и рыночных механизмах как двигателях развития экономики, государство ориентирует людей на приоритет собственных усилий для обеспечения благополучия.

Следствием такой политики стало активное развитие в США со второй половины XX в. финансовых институтов, привлекающих сбережения населения: накопительных пенсионных фондов, фондов коллективного инвестирования и компаний страхования жизни, которые принято называть институциональными инвесторами. В наше время население США держит в банках только около 25% своих финансовых ресурсов, притом что в накопительных пенсионных фондах — 25%, в инвестиционных фондах (в России это ПИФы) — около 23%, в компаниях страхования жизни — 9% и оставшиеся 18% — в прочих институтах.

Эти финансовые институты, размещая находящиеся под их управлением денежные средства по установленным правилам, значительную их часть инвестируют в надежные активы, позволяющие эти средства сохранить, и только небольшую часть вкладывают в более доходные, но рискованные активы. По указанным причинам примерно 15% их денежных ресурсов помещаются в государственные и приравненные к ним облигации, которые представляют собой самые надежные активы. В эти об-

лигации вкладывает также часть своих денег население, они пользуются большим спросом со стороны иностранных центральных банков, которые формируют за их счет международные резервы своих стран.

Зададимся вопросом: откуда берутся гособлигации? Они выпускаются для финансирования дефицита государственного бюджета. Теперь понятно, почему США десятилетиями безболезненно могут жить с дефицитом федерального бюджета — на облигации для его покрытия всегда есть спрос. Исключением стали 2009–2012 гг., когда ради преодоления кризиса были использованы непомерно большие бюджетные дефициты: 1300–1400 млрд долл. в год против 160–450 млрд долл. в предыдущие годы. Тут-то и обеспокоился конгресс и «нажал на тормоз»: в 2013 фин. г. дефицит составил 680 млрд, в 2014 г. — 485, в 2015 г. — 426 млрд долл., и рост государственного долга резко замедлился. Говоря о величине госдолга, превысившего 18 трлн долл., следует рассматривать его и с другой стороны, как вместилище для сбережений национальных и иностранных инвесторов. Выход экономики США на траекторию роста увеличивает сбережения и потребность в надежных активах, и это позволяет справиться с управлением государственным долгом.

Обратимся к дефициту торгового и платежного баланса США. С 1971 г. США имеют дефицит торгового баланса, и в последнее время он составляет 700–800 млрд долл. в год. Хотя за счет услуг появляется позитивный итог, текущие операции все-таки образуют дефицит на уровне 450 и более млрд долл. Но и здесь требуется особый подход. Дело в том, что экономика США в последние десятилетия выполняет для их партнеров роль самого богатого и передового в мире рынка сбыта, работа на который позволяет многим из них продвигаться от бедности к процветанию, как это происходит с Китаем, например. Это один из аспектов лидерства США в мировой экономике, который еще не осознан в полной мере. Поэтому дефицит торгового баланса США не следует рассматривать как следствие каких-то изъянов и упущений в экономической политике — он результат



Мировой валютой могут стать только деньги такой страны, которая лидирует в мировой экономике по размерам и научно-техническому потенциалу.

Экономика США является для их партнеров самым богатым и передовым в мире рынком сбыта, работа на который позволяет продвигаться от бедности к процветанию

действия современной модели международного разделения труда.

Наконец, важно отметить, что торговый и платежный дефицит США на стороне партнеров зеркально отражается в виде их актива, в форме валютных ресурсов, которые необходимо сохранить. Надежный способ сохранения валютных ресурсов — инвестировать их в активы наиболее сильного участника мировой экономики. В качестве такого вместилища возникших валютных сбережений выступают США, предлагая партнерам гособлигации, облигации и акции корпораций и другие активы. Так что внешний долг США — это вместилище для мировых сбережений и проявление глобализации.

Михаил ПОРТНОЙ, д. э. н., профессор, руководитель Центра внешнеэкономических исследований Института США и Канады РАН

Экспорт и импорт США в 2013 г.

	Всего	Китай	ЕС	Япония
Экспорт, млрд долл.	1590	122	262	65
Импорт, млрд долл.	2320	460	378	142
Дефицит, млрд долл.	730	338	116	77
Удельный вес, %	100	46,3	15,9	10,5





Греф: как Сбербанк преодолел западные санкции

«Эко», Франция

По словам Германа Грефа, главная проблема при модернизации Сбербанка состояла не в смене технологий, а в людях и культуре предприятия. Менять технологии бессмысленно, если культура предприятия остается прежней. Эта же проблема сохраняется и в экономике всей страны: без реформы управления все остальные попросту не могут быть эффективными.

Сбербанку пришлось пересмотреть стратегический план развития до 2018 г., однако его президент не исключает возобновления экспансии банка в Европе. Интервью с Германом Грефом, который полагает, что России следует сменить модель руководства.

Мы находимся в просторной и светлой приемной на вершине возвышающейся над Москвой башни Сбербанка. На лице Германа Грефа осторожная улыбка. В 2007 г. бывший министр и представитель либеральной элиты был назначен главой старой советской сберкассы и смог превратить этого динозавра в лидера российского банковского сектора. Банк пережил впечатляющую метаморфозу, от ремонта 16 500 отделений по всей стране до утверждения методов современного менеджмента в руководстве организации. Приватизация свела долю государства до 50% плюс одна акция. Остальные торгуются в Москве, Лондоне, Франкфурте и Нью-Йорке, находятся в руках американцев, британцев и других европейцев...

На Сбербанк приходится почти половина вкладов и более трети кредитов. А это означает немалую социальную ответственность банка, 127 млн клиентов которого значительно потрепало после распада СССР. Нынешний кризис выдался тяжелым. Из-за рецессии, падения нефтяных котировок, обвала рубля и взлета процентных ставок, а также западных санкций, которые с начала украинского кризиса лишают Сбербанк и еще четыре государственных банка доступа на европейские и американские финансовые рынки.

Les Echos: Либеральные деятели вроде вас потеряли влияние в Кремле из-за противостояния с Западом?

Герман Греф: Разумеется, во время фазы эскалации власть обращается к другим. На войне

нужны воины. Но потом, во время фазы стабилизации и кризиса наступает наш черед. Быть может, к нам станут обращаться чаще. Россия через многое прошла в XX веке: две мировые войны, гражданская война, две революции. Нужно прислушиваться к ней, постараться понять ее. Пытаться добиться своего одним давлением бессмысленно. Политика санкций контрпродуктивна: можно загнать Россию в угол и добиться тактической победы, но в долгосрочной перспективе эта стратегия проигрышная. После того, что пережила страна, запугать ее не получится.

— Как отразились санкции на Сбербанке?

— Тут сыграли свою роль скорее не сами санкции, а порожденная ими паника среди наших клиентов. Новость о санкциях вызвала панические настроения, миллионы сообщений о прекращении сотрудничества с Visa и Mastercard. Сегодня мы приспособились. Но одно накладывается на другое: западные санкции, падение цен на нефть, рецессия, повышение ставки рефинансирования до 17%, внутренние проблемы нашей экономики. Декабрь 2014 г. обернулся настоящим кошмаром. Вкладчики сняли 1,3 трлн руб. Но мы пережили этот кризис. И справимся со всем остальным. В этом году наша прибыль будет на 25-30% ниже, чем в прошлом. В 2016 г. рецессия продолжится, но будет существенно меньше — 4%. Следующий год будет лучше, наша прибыль вновь начнет расти. При условии, что не будет других плохих новостей. Доля задолженностей по кредитам составляет 3%, но это ниже средних для рынка 7%. Нам пришлось увеличить резервы. Как бы то ни было, за 1-е полугодие чистая прибыль составила 1,5 млрд долл. Вы знаете много европейских банков, которым удалось бы показать подобные результаты в условиях, в которых нам сейчас приходится ра-

ботать? Кстати говоря, ни один из наших европейских инвесторов не отказался от своей доли капитала. Недавно мы провели с ними встречу в Лондоне, потому что нам пришлось пересмотреть в сторону понижения цель представленного в 2013 г. пятилетнего плана: мы не сможем удвоить прибыли к 2018 г., как ожидалось, но все же прогнозируем рост не менее 80%. Нас ждет колоссальная работа по проведению новых реформ, которые будут еще масштабнее тех, что мы реализовали за восемь лет.

— В чем заключалась, по вашему мнению, главная проблема в модернизации Сбербанка?

— Сначала я думал, что это был поиск технологий. Однако на самом деле главная проблема — это люди. Менять технологии бессмысленно, если культура предприятия остается прежней. Мы ежегодно вкладывали 3 млрд долл. в технологическую платформу: 80% используемых Сбербанком технологий представляют собой продукт внутренней разработки. Мы модернизировали отделения банка. В июле мы завершили централизацию компьютерных систем. Параллельно с этим мы провели глубокую модернизацию системы менеджмента. Мы сократили отделы оформления операций с 59 тыс. до 15 тыс. сотрудников. 40 тыс. из них перевели на работу с клиентами. У нас было 33 тыс. бухгалтеров! Сейчас их 1 600. Объемы наших операций возросли в пять раз за восемь лет, и мы начали работу в новых сферах. Так, у нас раньше не было системы управления риском. Мы создали ее, и сейчас она отвечает международным стандартам. Мы с нуля разработали интернет-сервисы, которые сейчас насчитывают 26 млн активных клиентов и ежемесячно привлекают не менее 800 тыс. новых пользователей. Наконец, Сбербанк был частично приватизирован. Центробанк по-прежнему сохраняет контроль с 50% акций, но мы могли бы продать еще 25% акций. Я не вижу никаких препятствий для приватизации Сбербанка с сокращением этой доли до 25%.

— Может ли эта работа послужить примером для модернизации страны?

— Сбербанк перешел на современные правила менеджмента: мотивация результатов, постоянное образование, управление процессами и проектами, рейтинги. Существует ли что-то подобное среди наших чиновников? К сожалению, нет! Означает ли это, что им не нужна такая высокая квалификация, как нам? Нет, как раз-таки наоборот: на них лежит еще большая ответственность, чем на нас. Им следует взять пример с предприятий, потому что сегодня инновации идут оттуда. Но этой системы не существует, и поэтому ничего не работает. Наша главная проблема в России в том, что в экономике не уда-

ется провести реформы. Но в первую очередь необходимо сменить нашу систему руководства. Без этой реформы остальные попросту не могут быть эффективными. Мы унаследовали это от советской системы и всего, что было создано в 1990-х годах после распада СССР. У нас до сих пор нет современного образца эффективного правительства. Во Франции и Германии системы лучше, чем в России, но и они далеко не идеальны. Стоит скорее обратить внимание на Сингапур, Новую Зеландию, Малайзию, Швецию, Финляндию, отчасти Великобританию.

— Вы бы согласились вернуться в правительство и провести реформы страны, если бы Владимир Путин вас об этом попросил?

— У каждого свой путь. Я более 15 лет работал в правительственных структурах. Владимир Путин знает, что я не жажду работать в правительстве. Я рад, что он освободил меня от должности восемь лет назад. Я готов помочь, но я не политик.

— Вы продолжите расширение за пределами России после снятия европейских санкций?

— После введения санкций мы заморозили экспансию и инвестиции в Европе. Это было для нас тяжелым ударом. В результате мы сейчас больше работаем с китайскими партнерами. Объемы все еще невелики, но постоянно растут. В любом случае Европа останется главным партнером России и Сбербанка. Мы не прекратили нашу международную деятельность и не отказались от планов по расширению, в частности с использованием новых технологий. После снятия санкций мы вернемся к ним. Мы модернизировали Сбербанк в России. И можем использовать эту модель в других европейских странах. Мы — третий по величине банк в Белоруссии, Казахстане (и на Украине...), шестой в Турции. В Австрии мы начали все с нуля до введения санкций. Я не исключаю переноса нашей штаб-квартиры из Вены во Франкфурт, но этот вопрос сейчас не стоит. Германия, Франция и Великобритания — интересные рынки. Но наша бизнес-модель должна быть готова. За восемь лет регулятивная система в Европе сильно изменилась, там без конца вводятся все новые постановления. Нужно понимать, когда нужно остановиться и оценить результаты. Банк — это в первую очередь доверие. Как можно управлять доверием? Банкам стало очень трудно добиться прибыльности в Европе! ■

Российские топ-менеджеры зарабатывают слишком много

«Форбс», США

Российское издание Forbes опубликовало свой ежегодный рейтинг наиболее высокооплачиваемых российских топ-менеджеров, составленный на основании данных об их доходах за 2014 г. Первые три места в этом рейтинге заняли главы государственных компаний: «Газпрома», банка ВТБ и «Роснефти». Шесть мест в первой десятке занимают руководители компаний государственного сектора. Это примерно соответствует доле государственных предприятий в российской экономике. В 2013 г. представители ОЭСР сообщили, что в России на долю государственного сектора приходится 50% всего производства и что эта цифра продолжает расти. Принадлежащие государству банки контролируют около 60% активов банковской системы.

Согласно данным российского Forbes, в прошлом году глава «Газпрома» Алексей Миллер заработал 27 млн долл., а в 2013 г. — 25 млн. Довольно примечательный рост доходов, учитывая то, что менеджеры получают зарплату в рублях, а российская валюта в прошлом году резко потеряла в цене. Главе ВТБ Андрею Костину пришлось довольствоваться 21 млн долл., по сравнению с 37 млн в 2013 г.; а Игорь Сечин из «Роснефти» заработал 17,5 млн долл.

Если эти цифры верны, то Миллер и Сечин заработали в 2014 г. больше главы BP Боба Дадли, доходы которого составили 12,7 млн долл.

Высокий доход Миллера может показаться вполне оправданным, поскольку рост «Газпрома» превысил индекс MSCI World Energy Sector Index, но в случае с Сечиным все иначе: его компания продемонстрировала почти такой же слабый рост, как и BP.

Стоит признать, что делать такие сравнения довольно сложно, потому что доходы топ-менеджеров российских государственных компаний, как правило, не слишком прозрачны, несмотря на то, что их акции имеют обращение на рынке. Издание Forbes рассчитало уровень доходов топ-менеджеров на основании данных, опубликованных этими компаниями, а также собственных данных журнала.

Несмотря на то, что эти компании довольно крупные, их нельзя назвать эффективными. Величина чистой прибыли на одну акцию «Газпрома» продолжала падать в течение трех последовательных лет, и в настоящее время его акции торгуются с меньшей прибылью, чем акции любой другой нероссийской энергетической компании, если верить данным, представленным Bloomberg. То же самое относится и к «Роснефти». ВТБ в прошлом году тоже понес убытки, несмотря на привилегии государственных банков в российской банковской системе.

Несмотря на все это, эти компании остаются в списке самых желанных работодателей среди выпускников российских вузов. Согласно результатам опроса, проведенного среди студентов ведущих российских университетов, большинство из них хотят работать в «Газпроме» — в этом смысле энергетический гигант намного опередил Google и Apple: 37% из 9 тыс. респондентов сказали, что они хотят работать в «Газпроме». «Роснефть» заняла шестое место в этом рейтинге, сразу после Unilever и McKinsey. Из 11 российских компаний, вошедших в первые 50 предприятий, семь — это государственные компании. Только 7% студентов хотят работать в стартапах.

Россия не может ничего поделать с падением цен на сырье, и, даже если сотрудничество Путина с Западом в процессе борьбы против Исламского государства приведет к отмене санкций, российская экономика не начнет развиваться намного быстрее. Однако господство неэффективных государственных компаний, управляемых политическими ставленниками, получающими гигантские зарплаты, — это не данность. Такая система должна быть ликвидирована, чтобы расчистить место для частного бизнеса. Контролируемые правительством гиганты не смогут вытащить страну из рецессии: все, что они могут сделать, это законсервировать класс государственных менеджеров, к которому выпускники вузов стремятся присоединиться, потому что они видят, как эти люди процветают в стремительно беднеющей стране. ■



Торговый договор ЕС и США трансформирует экономику ЕС

«Неаткарига Рута Авизе», Латвия

Джон Хиллари, руководитель War on Want, — один из тех, кто был у истоков гражданской инициативы ЕС против Договора о торговле между ЕС и США (или о Трансатлантической торговле и инвестиционном партнерстве), собравшей 3 млн подписей. Он считает, что ТТИП не является договором о свободной торговле, это — изощренный способ одновременной реализации и в ЕС, и в США крайне правых реформ. Договор позволит осуществить полную дерегуляцию в ЕС и США. Надзор за всеми решениями местных регуляторов в ЕС (и на федеральном уровне в США) будет в ведении чиновников (официально — кооперации регуляторов). После вступления в силу ТТИП должно произойти открытие всех видов общественных услуг, даже если их цель — социальная и экологическая защита. Кооперация регуляторов будет иметь право контролировать решения регуляторов любой страны. Оцениваться будут три позиции: соответствие международным стандартам, соответствие ТТИП, а также то, не ухудшает ли решение условия для инвестиций и свободной торговли. Так как любой новый налог эти условия ухудшает, то он будет находиться в поле зрения регуляторской организации.

Права частных инвесторов станут выше демократических прав. Любой инвестор — частная организация сможет обжаловать в третейском суде решение любой страны — участницы договора или потребовать компенсацию за решение, которое угрожает возможности получения инвестором прибыли.

В то же время ТТИП будет способствовать экономическому отмежеванию ЕС и США от остального мира. Джон Хиллари подчеркивает: «ТТИП — это НАТО экономического характера. Цель ТТИП — эскалация глобальных конфликтов, чтобы финансово и экономически изолировать Россию, создав непреодолимый экономический барьер между Россией и ЕС».

Критикует и ТТИП, и Договор о свободной торговле между ЕС и Канадой также руководитель Concil of Canadians Джерри Нейл: «Эти договоры не о свободной торговле, а об экспансии привилегий корпораций, что увеличит возможности частных компаний оспаривать решения демократически избранных институтов. Оба договора ограничивают права демократически избранных народных представителей реализовать необходимую для общества политику в сфере охраны природы, здравоохранения, стандартов по продовольствию и безопасности. Иностранные корпорации получают больше прав, чем местные». Решением споров займутся частные (третейские) суды, которые будут иметь больше веса, чем судебная инстанция любого уровня любой страны-участницы.

Договор Канады уже заключен, но еще не ратифицирован.

В чем самая большая проблема ТТИП? Будущим поколениям запретят менять законодательство, если это будет угрожать хотя бы одному влиятельному инвестору. Влиятельные инвесторы получают права, которые позволят им оспаривать решения правительств и парламентов и требовать компенсацию за любые изменения в законодательстве, если они могут причинить инвесторам убытки.

Каким должно быть отношение Латвии к ТТИП? До сих пор инвесторы из США обходили экономику Латвии за версту. Пустое место вовсе не нужно защищать. Наши американские партнеры не должны обижаться, если мы откажемся защищать инвестиции, которые они не пожелали делать как «пример успеха» под названием Латвия.

Латвия должна отвергнуть ТТИП, потому что этим договором не замедлят воспользоваться местные коррумпированные дельцы, которые при помощи взяток добились обязательных закупок и других привилегий. ■

Как в Европейском парламенте, так и на уровне многих стран — членов ЕС не утихают дискуссии о последствиях, которые повлечет за собой Договор о свободной торговле между ЕС и США.

Самая большая проблема российской экономики сегодня заключается вовсе не в ее чрезмерной зависимости от экспорта нефти и природного газа или западных санкций. Она заключается в господстве государственного сектора, который подавляет частную предпринимательскую инициативу и приводит к неэффективности.

Forbes

В Европе началось оживление

«Проджект синдикейт», США

PROJECT SYNDICATE
A WORLD OF IDEAS

В Европе наконец-то начинается оживление экономики, и для политиков важнейшей задачей сейчас является создание условий для сохранения роста экономики в дальнейшем. Фискальные и монетарные стимулы могли быть уместны на пике кризиса, но они не позволят устранить основные угрозы долгосрочным перспективам континента — токсичную пару слабой демографической ситуации и низкого уровня инвестиций.

Даже с учетом равномерного притока иммигрантов совокупная рабочая сила 28 стран Евросоюза, по прогнозам ОЭСР и Европейской комиссии, сократится на 12–16 млн человек в течение 15 лет. Резкое увеличение числа мигрантов помогло бы улучшить ситуацию, но рост иммиграции не является сам по себе адекватным решением долгосрочных проблем экономики ЕС.

Есть только одна надежда достичь устойчивого роста экономики в Европе — увеличить производительность. Это позволит извлекать больше стоимости из сокращающейся рабочей силы. Проблема в том, что континент уже много лет не видел существенного роста производительности. В Западной Европе темпы роста производительности труда (объем продукции, выпущенной работником за единицу времени) снижаются уже несколько десятилетий. В 1960-х производительность труда росла уверенными темпами по 4% в год, в 1980-х рост замедлился до 2%, а на рубеже столетий упал ниже 1%. Сегодня этот показатель колеблется вокруг отметки 0,5% в год.

Евросоюз отчаянно нуждается в экономическом росте, который позволит входящим в него странам сохранить системы социальной защиты и соцобеспечения на фоне старения населения. Эта проблема стоит и перед другими странами. Однако немногие сталкиваются с таким же двойным препятствием, как в Европе, — анемичный рост производительности плюс демографический спад.

Спад роста производительности в ЕС удивляет, учитывая то, как быстро здесь набирает силу процесс дигитализации, который часто называют промышленной революцией XXI в. И в самом деле, так называемое замедление можно частично объяснить проблемами статистических изменений: в Европе, как и в США, технологические новшества, вызванные распространением смартфонов и интернета, просто не отражаются в данных о производительности.

Еще один фактор, который, возможно, способствует снижению производительности, связан с тем, что у многих корпораций сейчас две параллельные модели бизнеса — традиционная физическая и новая цифровая. Добавление вы-

сокотехнологичных систем к традиционным процессам может привести к временному росту затрат и тем самым к снижению производительности, особенно если новая и старая модели бизнеса плохо связаны между собой. Со временем подобных проблем должно стать меньше; когда это произойдет, часть причин низкой производительности исчезнет.

Впрочем, нельзя объяснить замедление роста производительности одними лишь сложностями перехода в новую технологическую эру. Даже несмотря на оживление экономики, уровень инвестиций в Европе по-прежнему значительно ниже уровня 2008 г. В значительной мере долгосрочное здоровье экономики будет зависеть от восстановления потока инвестиций и его масштабов.

И здесь есть повод для пессимизма. Слабая инвестиционная активность частично отражает мрачные перспективы европейского рынка. Если рабочая сила стагнирует или сокращается, а экономический рост вял, зачем тогда тратить деньги на увеличение выпуска продукции?

К счастью, есть многое, что можно сделать. Возобновившиеся усилия по интеграции европейских рынков услуг и цифровых товаров, рынков капитала и энергоресурсов позволят устранить барьеры для бизнеса и создать новые стимулы для инвестиций. Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство, о котором ЕС сейчас ведет переговоры с США, также поможет создать более широкий рынок с менее обременительным регулированием и возросшей конкуренцией.

На национальном уровне политика реформ, например та, что проводится в Ирландии, Португалии и Испании, поможет улучшить деловой климат и повысить конкурентоспособность на всем континенте.

Политики не должны успокаивать себя оптимистичным предположением, что экономика Европы восстановится сама собой. Напротив, им следует принимать такие меры, которые будут способствовать инвестициям, поощрению инноваций и совершенствованию трудовых навыков. Сейчас и работники, и компании ведут конкурентную борьбу в быстро меняющейся глобальной экономике, где все чаще торжествует принцип «победителю достается все». Именно поэтому сейчас срочно необходима политика, которая обеспечит долгосрочный экономический рост.

Автор — Майкл Хайс, главный экономист в Allianz SE, автор книги «Выходя из долгового кризиса евро: как сделать так, чтобы единая валюта работала». ■

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СТОЛИЧНЫЙ БАНК КБ «КРОКУС-БАНК»

Банк предоставляет широкий комплекс услуг для юридических и физических лиц:

- операционное, расчетно-кассовое обслуживание
- наличные и безналичные конверсионные операции
- сопровождение внешнеэкономических сделок
- привлечение денежных средств во вклады
- переводы денежных средств через платежные системы Western Union и CONTACT
- аренда банковских сейфов
- выпуск и обслуживание банковских карт
- реализация зарплатных проектов
- кредитование и операции с ценными бумагами

Зарегистрирован Банком России 11 февраля 1994 г.
Входит в состав крупного холдинга Crocus Group.
Банк включен в реестр участников системы обязательного страхования вкладов ГК «Агентство по страхованию вкладов».

143402, Московская обл., Красногорский район
г. Красногорск, ул. Международная, д. 18
Тел.: (495) 228-1244, (495) 228-1204, (495) 228-1241
Факс: (495) 228-1244
info@crocusbank.ru
www.crocusbank.ru

Политики не должны успокаивать себя оптимистичным предположением, что экономика Европы восстановится сама собой. Напротив, им следует принимать такие меры, которые будут способствовать инвестициям, поощрению инноваций и совершенствованию трудовых навыков.

Почему ОПЕК утратила влияние

«Форин аффэйрс», США

Репутацию картеля ОПЕК (Организация стран — экспортеров нефти) впервые заработала в 1973 г., введя нефтяное эмбарго в ответ на поддержку, оказанную Западом Израилю в ходе Арабо-израильской войны. Ее санкции заставили мировые цены на нефть подняться в четыре раза, а США пострадали еще сильнее. Однако даже тогда речь фактически шла не столько об ограничении производства, сколько о совместных мерах по выводу нефтяного сектора из-под контроля западных компаний. Такие вещи можно сделать только один раз. После 1970-х ОПЕК фактически не могла ограничивать добычу в своих странах-членах, так как у нее нет этого принудительных рычагов.

Как показывает анализ поведения ОПЕК с 1982 г., когда она впервые ввела официальные квоты на добычу для своих членов, правила ОПЕК не оказывают серьезного воздействия на объемы производства нефти во входящих в нее странах.

Достаточно подумать о том, что, будь ОПЕК картелем, она бы требовала от своих новых членов добывать меньше нефти или, по крайней мере, медленнее наращивать добычу. Однако она этого не требует — и сами новые члены этого не делают. Скажем, Эквадор добывает сейчас столько же нефти, сколько и при своем повторном вступлении в ОПЕК в 2007 г., а Ангола, ставшая членом организации в том же году, стала в итоге добывать намного больше нефти, чем до этого. Кроме того, члены организации как минимум должны были бы удерживать производство в установленных границах. Вместо этого они нарушали эти границы в 96% случаев, что в итоге и заставило ОПЕК в 2012 г. полностью отказаться от страновых квот. Наконец, члены картеля должны были бы при прочих равных добывать нефть меньшими темпами, чем не состоящие в нем страны — ведь это их ключевой инструмент для повышения цен. Однако они опять-таки поступают иначе.

Во многом миф об ОПЕК как о картеле продолжает существовать наперекор фактам просто потому, что самой организации это выгодно. Фальшивый статус картеля обеспечивает ее членам престиж и некоторые политические преимущества. Например, в 1998 г. Уго Чавес заявил, что он собирается реформировать ОПЕК (не уточняя, как именно). В то время нефть стоила всего 10 долл. за барр., однако после его заявле-

ния цены начали расти и за два года увеличились почти втрое. Это сильно повысило внутреннюю популярность Чавеса.

Если ОПЕК — это политический клуб, тогда решение принять обратно Индонезию выглядит вполне оправданным. Индонезии нужен доступ на заседания ОПЕК, чтобы налаживать выгодные контакты с нефтяными компаниями из Персидского залива. ОПЕК нужна Индонезия, потому что организация выглядит тем сильнее, чем больше в ней членов. Кроме того, ее членство может решить спорный вопрос о том, кто должен сменить нынешнего генерального секретаря, который собирался уходить еще в 2012 г. В прошлом индонезийские генеральные секретари возглавляли организацию уже четыре раза, и сейчас эта страна выглядит самым нейтральным кандидатом из возможных. Соответственно, тот факт, что Индонезия не является чистым экспортером нефти, просто не имеет реального значения.

Нефтяным аналитикам стоило бы признать, что неэффективность ОПЕК как картеля — это долгосрочная структурная проблема, а не временная заминка, вызванная политикой Саудовской Аравии.

Если бы ОПЕК реально могла контролировать рынки, экономики ее членов не страдали бы сейчас от нехватки средств так сильно, как они страдают. Даже богатая Саудовская Аравия столкнулась с неприемлемо большим бюджетным дефицитом. Эта страна, безусловно, обладает гигантскими финансовыми резервами и может позволить себе терпеть такой дефицит сколько-то лет, но не вечно. Уже сейчас она задумалась о новом экономическом курсе, подразумевающем снижение внутренних топливных субсидий (которые дорого ей обходятся) и выпуск новых государственных долговых обязательств. Полтора года назад такое нельзя было себе даже представить.

Тех, кто рассматривает ОПЕК как картель, такое положение дел наверняка в очередной раз застанет врасплох. Между тем давно пора отказаться от мифа, утверждающего, что ОПЕК управляет нефтяным рынком. Она этого не делает. Все колебания нефтяных цен за последние годы — к добру они были или к худу — были порождены рыночными силами, которые организация практически не способна контролировать. Как выразился саудовский министр нефти Алиан-Наими, «цену на нефть может устанавливать только Аллах». ■

Китаю выгодны международные санкции

«Уолл-стрит джорнэл», США

В течение последних нескольких лет масштабные многосторонние санкции были направлены против режимов, которые угрожали глобальной системе безопасности, от России до Северной Кореи и Ирана. Китай не был ни разработчиком, ни мишенью этих санкций. Гораздо чаще он занимал позицию вынужденного партнера США и Евросоюза. Однако Пекину удалось — хотя, возможно, и непреднамеренно — извлечь существенную выгоду из этих санкций, и, скорее всего, он продолжит ее извлекать в ближайшем будущем.

В прошлом году западные санкции ограничили доступ российских банков и энергетических компаний к американскому и европейскому рынкам капитала. Это произошло как раз в тот момент, когда цены на энергоресурсы начали стремительно падать. Россия обратилась к Китаю за поддержкой, но обнаружила, что Китай намеревается вести жесткую игру, вынуждая Москву согласиться на довольно невыгодные для нее условия, чтобы заключить две крупные сделки на поставки энергоресурсов. К примеру, цена за газ, который будет поставляться в Китай по газопроводу «Сила Сибири», составила 10–11 долл. за куб. фут, то есть оказалась ниже цены в 12 долл., которую «Газпром» считает безубыточной, и едва покрыла расходы на разработку в условиях стабильных цен на нефть в 2014 г.

На фоне текущих низких цен на энергоресурсы и снижения темпов роста спроса в Китае Пекин возобновил переговоры по этим газовым сделкам. Учитывая непрекращающееся давление западных санкций на Россию, Китай сможет добиться более выгодных для себя условий.

Финансовые санкции США и Евросоюза придали дополнительный импульс попыткам Китая

выдвинуть юань в качестве мировой валюты и создать альтернативу международной финансовой системе, в которой доминируют доллар и евро. Многонациональные компании, стремящиеся избежать воздействия санкций США и Евросоюза, могут найти убежище в юане и китайских финансовых платформах. Одна из таких развивающихся платформ — Международная платежная система Китая (CIPS), которая может действовать вне юрисдикции западных санкций. Она представляет собой зарождающуюся альтернативу системе Swift.

Теперь, когда переговоры по иранской ядерной программе идут полным ходом и часть санкций против этой страны уже были сняты, Пекин будет рассматривать новые возможности для инвестиций и торговли с Тегераном. Возможно, у Китая нет тех технологических преимуществ, которые есть у западных компаний и которые так ценит Иран, но у него есть капитал и нереализованный потенциал. Даже после реализации ядерного соглашения с Ираном некоторые санкции будут сохранены, что не позволит использовать доллар в процессе торговли с Ираном. Это дает Китаю еще одно финансовое преимущество перед его международными конкурентами.

Последствия этих санкций не смогут привести Китай к господству в глобальной финансовой системе. Однако санкции, несомненно, стали достаточно мощным стимулом для амбиций Китая. Вашингтон, Лондон, Париж и Берлин не рассчитывали на это, однако этот процесс продолжится, поскольку постоянно обновляющиеся санкции США ускоряют и расширяют возможности для финансовых предпринимателей и институтов за пределами Запада. ■



THE WALL STREET JOURNAL

Американские и европейские политики должны помнить о побочных эффектах вводимых ими санкций. Им стоит сделать Китай партнером в глобальной архитектуре безопасности. Это продемонстрирует Пекину преимущества работы внутри международной финансовой системы и лишит энтузиазма тех игроков, которые пытаются воспользоваться санкциями.

FOREIGN AFFAIRS

В мире продолжает существовать миф об ОПЕК как о картеле, определяющем положение дел на нефтяном рынке. На самом деле это просто политический клуб, от решений которого движение цен на рынке совершенно не зависит.



Экономика — 2016: что нам надо знать

«Блумберг», США

По прогнозу МВФ, в 2016 г. мировая экономика должна окрепнуть по сравнению с 2015 г. и примерно соответствовать средним показателям роста на долгосрочную перспективу. Однако возврата к прежнему активному глобальному росту не предвидится.

Bloomberg

Где-то в апреле 2016 г. будет введена в строй третья очередь Панамского канала, которая сможет пропускать суда водоизмещением в 2,6 раза больше тех, что сегодня имеют возможность проходить по этой водной артерии. К увеличению морского трафика готовятся американские порты от Нью-Йорка до Галвестона, шт. Техас. Администрация хьюстонского порта только что завершила монтаж четырех кранов высотой с 30-этажный дом. «Больше торговли, больше рабочих мест», — заявила руководитель порта Джанис Лонгория.

Открытие третьей группы шлюзов Панамского канала — одно из важных событий в мировой экономике, которые нам сулит 2016 г. А таких событий этот год обещает немало. Может быть утверждено торговое соглашение о Транстихоокеанском партнерстве, в котором участвуют 12 стран, на чью долю в совокупности приходится 40% общемирового объема производимой продукции. В США и на Тайване пройдут президентские выборы, в Бразилии состоится летняя Олимпиада, в Китае примут новый пятилетний план. Самым крупным событием из всех может стать референдум в Великобритании, который решит, оставаться стране в составе Евросоюза или нет.

Мировая экономика должна окрепнуть по сравнению с 2015 г., примерно соответствуя средним показателям роста на долгосрочную перспективу, о чем сообщает МВФ. Но «возврат к активному и синхронизированному глобальному росту по-прежнему труднодостижим», как отметил МВФ в своем октябрьском обзоре. Экономисты фонда прогнозируют мировой рост в 3,6%, что выше показателя текущего года (3,1%) и примерно равно среднему показателю с 1980 по 2014 гг., который составлял 3,5%.

Предстоящий год будет «в принципе неплохим», как говорит бывший руководитель британского Управления по финансовому регулированию и надзору Эдеир Тернер. Выражая больший пессимизм, чем остальные, он беспокоится по поводу того, что в Европе начнутся необъявленные валютные войны, а Япония постарается удешевить свою валюту, дабы подстегнуть экспорт и занятость у себя дома, что по сути дела станет кражей показателей роста у ее торговых партнеров.

Вот примерный общий прогноз на перспективу. В Китае продолжится замедление. Поскольку мировой спрос останется слабым, цена денег (учетные ставки), а также цены на нефть и прочие сырьевые товары будут по-прежнему низкими.

Самой важной переменной величиной на 2016 г. будет Китай, где показатели годового ВВП в III квартале 2015 г. впервые после финансового кризиса 2008–2009 гг. опустились ниже 7%. Развивающиеся страны, которые сегодня очень сильно зависят от Китая как от покупателя их ресурсов, — это Бразилия, Чили, Индонезия, Малайзия, Филиппины, Южная Африка, Таиланд и Вьетнам. Однако мировой спрос на китайские товары не растет уже прежними темпами нигде, и у Китая уже нет настоятельной необходимости в дополнительной инфраструктуре, которую он так активно строит.

По прогнозам МВФ, рост в Китае в 2016 г. снизится с 6,8 до 6,3%. Главный экономист по глобальным вопросам из Citigroup Виллем Буйтер считает, что Китай попал в зону высокого и быстро увеличивающегося риска циклических «жестких посадок» с резкими снижениями экономических показателей. Поскольку Россия

и Бразилия уже в полосе рецессии, резкое замедление роста в Китае потянет вниз другие формирующиеся рынки, предупредил Буйтер.

Дешевая нефть — один из ключевых факторов, вызывающий у многих экономистов оптимизм. Хотя низкие цены наносят ущерб экспортерам, в том числе России и членам ОПЕК, они дают толчок странам-импортерам в развивающемся мире, прежде всего, большинству стран Латинской Америки, Африки и Азии, включая Китай. Дешевая нефть также помогает развитым государствам, таким как США, однако стоимость топлива составляет меньшую долю в общем объеме их расходов.

Некоторые преимущества дешевой нефти могут исчезнуть из-за необычайно плохой погоды в районе тихоокеанского побережья. Три самых мощных с 1950 г. осцилляции «Эль Ниньо» вызовут «серьезные сбои, обширные засухи и наводнения», по мнению Кевина Тренберта из Национального центра атмосферных исследований в Боулдере, шт. Колорадо. По его оценкам, в 1997–1998 гг. из-за Эль Ниньо погибли как минимум 30 тыс. человек, и был нанесен ущерб на 100 млрд долл.

В отличие от американской экономики, которая после 2009 г. растет хоть медленно, но устойчиво, Европа и Япония еще слабее. Эти страны периодически сталкиваются с неудачами.

Греческий финансовый кризис, отошедший сегодня на второй план, к концу 2016 г. может снова оказаться на первых страницах, если премьер-министр Алексис Ципрас не заручится поддержкой по вопросам сокращения расходов, увеличения налогов, реформ на рынке труда и приватизации, чего требуют кредиторы. Глядя издали на греческую трагедию, британские граждане радуются тому, что сохранили свой фунт стерлингов. В октябре они пойдут на участки для голосования в рамках референдума, который решит более радикальный вопрос — о полном выходе из состава ЕС. Если они проголосуют за выход, это серьезно подорвет доверие бизнеса в Европе.

Развивающиеся страны наблюдают за ФРС, обеспокоенные тем, что после повышения ставок инвесторы начнут выводить из них деньги, чтобы вложить их в США. Возможно, эти опасения необоснованны. У инвесторов было как минимум два года на перемещение своих денег.

Для Бразилии это был отвратительный год (политический кризис, нефть), как и для России (санкции, нефть). По прогнозам МВФ, экономика этих стран в 2016 г. продолжит сокращаться, но не так быстро. По тем же прогнозам, ни одна из крупных экономик в будущем году не окажется в рецессии. МВФ ожидает, что Индия снова обгонит Китай, немного ускорившись в росте до 7,5%. У Мексики рост составит 2,8%, у Нигерии — 4,3%, а ЮАР с трудом сумеет увеличить рост на 1,3%. ■



Китайцы инвестируют в Россию

«Форбс», США

Выступая на саммите «двадцатки» в турецкой Анталии, Владимир Путин нанес европейцам легкий удар под дых, похвалив азиатов за то, что они сегодня обеспечивают России 90% прямых иностранных инвестиций.

Путин может нахвалить Азию и Китай столько, сколько хочет. Объем прямых иностранных инвестиций в России в последние годы резко упал, на что указывает статистика российского Центробанка по внешнему сектору. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в Россию, включая ценные бумаги, реинвестирование и иностранные кредиты, уменьшились с 69,2 млрд долл. в 2013-м до 22,8 млрд в 2014 г. Согласно данным с сайта банка, в I квартале 2015 г. объем ПИИ в России составил всего 1,3 млрд долл., в то время как за тот же период 2014 г. он был равен 12,9 млрд.

Крупнейший торговый партнер России в Европе Голландия сократила свои вложения в России в четыре раза. В 2013 г. объем ПИИ из этой страны составлял 5,7 млрд долл., а в 2014 г. он уменьшился до 1,2 млрд. В I квартале 2015 г. Нидерланды вывели из России 526 млн долл., в то время как за соответствующий период 2014 г. они вложили туда почти 1 млрд долл. Германия, являющаяся вторым европейским партнером России, в 2014 г. вложила туда всего 335 млн долл. Для сравнения: в 2012 г. объем инвестиций составлял более 2,2 млрд долл.

В I квартале 2015 г. объем ПИИ Китая в России составил всего 159 млн долл. по сравнению с немецкими 585 млн. За прошлый год приток капитала из Китая в Россию был равен 1,27 млрд долл., благодаря чему он стал крупнейшим поставщиком зарубежных инвестиций в эту страну. Китайские объемы ПИИ в Россию почти в два раза превышают американские. ■

Китайцы возглавляют список азиатских компаний, инвестирующих средства в российскую экономику с тех пор, как европейцы ввели против Москвы санкции из-за событий на Украине.

Forbes



Белоруссия — Украина: на пороге торгового конфликта

«Дойче Велле», Германия

Между Белоруссией и Украиной разгорается новый торговый конфликт. Украина намерена ввести пошлину на товары из Белоруссии, если Минск не отменит «дискриминационные меры» против украинского экспорта. Власти Белоруссии наличие проблемы не признают.



Между Белоруссией и Украиной разгорается новый торговый конфликт. Украинская Межведомственная комиссия по международной торговле (МКМТ) сообщила, что с 20 января 2016 г. на товары из Белоруссии будет введена пошлина в размере 39,2%, если Минск не отменит «дискриминационные меры» против украинского экспорта. Власти Белоруссии наличие проблемы не признают и утверждают, что ситуация в торговле «скандализируется украинской стороной».

Эксперты указали, что решение МКМТ о пошлинах спровоцировано августовским постановлением № 666 Совмина Белоруссии об обязательной санитарно-гигиенической сертификации импортных товаров. Экспертизу обязали проводить и поставщиков украинской продукции, хотя Украина находится в зоне свободной торговли СНГ. По мнению некоторых наблюдателей, в экономическую борьбу Минска с импортом вмешался также политический фактор: Беларусь выступает на стороне союзной России, которая объявила эмбарго на украинские товары с 1 января 2016 года в ответ на создание Киевом зоны свободной торговли с ЕС.

Украинской пошлиной может быть обложен практически весь белорусский экспорт, кроме нефтепродуктов. Это молоко, молочные изделия, хлеб, конфеты, пиво, водка, сахар, бытовая химия, ткани, изделия из пластмассы, телевизоры, холодильники, кухонная мебель, шины, покрышки, тракторы.

Требование экспертизы для продукции с украинскими сертификатами глава «Укркондпрома» назвал дискриминацией. Эта процедура платная, распространяется на каждую партию товара, проходить ее надо ежегодно даже тем поставщикам, которые в 2015 году уже получили в Белоруссии такой сертификат.

Украина и Беларусь являются друг для друга вторыми по степени важности торговыми партнерами после России. В 2014 г. внешнеторговый оборот между двумя странами достиг почти 6 млрд долл., а глава Беларуси планировал его увеличение в будущем до 15 млрд долл.

Но итоги 1 полугодия 2015 г., по данным украинской стороны, показали, что вместо роста наблюдается снижение взаимной торговли.

«Очередная стычка торговых партнеров свидетельствует о том, что между Белоруссией и Украиной нет долгосрочных стратегических отношений партнерства», — комментирует ситуацию глава минского Центра европейской трансформации (СЕТ) Андрей Егоров. «Слишком часто возникают торговые скандалы, если учесть число деклараций белорусской стороны об уважении к украинским партнерам», — подчеркнул аналитик. По его мнению, в условиях российско-украинского конфликта Минск, провоцирующий торговые стычки с Киевом, выглядит вовсе не нейтральным, а скорее «танцует под дуду Москвы», которая объявила Украине торговое эмбарго с 2016 г.

Политические причины в ограничении доступа украинских товаров на белорусский рынок усматривает и глава комитета экономистов Украины Андрей Новак. Он считает, что Россия не против втянуть Беларусь в экономическую войну против Украины. «У нас хватит возможностей, чтобы отстоять свои интересы, но надо помнить, что от торговых конфликтов всегда будут страдать обе стороны — украинцы и белорусы», — убежден эксперт. ■

По материалам сайтов www.inosmi.ru и www.inopressa.ru

МВЦ «Крокус Экспо», 2016 г.

ЯНВАРЬ

20–21 января, пав. 1, зал 4
8-й международный фестиваль технологий продвижения и рекламы PROMEDIATECH
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

26–28 января, пав. 1, залы 3, 4
18-я международная выставка и форум CSTB. TELECOM & MEDIA
Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»

ФЕВРАЛЬ

2–5 февраля, пав. 3, залы 13, 14, 15
20-я международная выставка бытового и промышленного оборудования для отопления, водоснабжения, сантехники, кондиционирования, вентиляции, бассейнов, саун и SPA AQUA-THERM MOSCOW
Организатор: ITE, Reed Exhibitions

8–10 февраля, пав. 2, зал 5
13-й всероссийский стоматологический форум и выставка-ярмарка «ДЕНТАЛ-РЕВЮ»
Организатор: ДЕ-5

9–10 февраля, пав. 1, зал 3
3-я национальная выставка инфраструктуры гражданской авиации NATIONAL AVIATION INFRASTRUCTURE SHOW (NAIS)
Организатор: Reed Exhibitions

9–11 февраля, пав. 3, зал 20
21-й международный форум «ТЕХНОЛОГИИ БЕЗОПАСНОСТИ» (ТБ Форум)
Организатор: «Протек»

16–19 февраля, пав. 3, зал 15
18-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (МИОФ)
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

17–19 февраля, пав. 1, залы 1, 2
9-я международная специализированная выставка композитных материалов, технологий производства композитов, оборудования и изделий из композиционных материалов «КОМПОЗИТ-ЭКСПО»
8-я международная специализированная выставка полиуретановых материалов, технологий производства полиуретанов и использования полиуретанов в промышленности «ПОЛИУРЕТАНЭКС»
4-й международный форум по материаловедению «ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ (ИМТЕХ)»
Международная выставка INNOCHEMEXPO
Организатор: «Мир-Экспо»

МАРТ

1–3 марта, пав. 2, зал 8
Международная специализированная выставка товаров для детей KIDS RUSSIA–2016
Организатор: «Гранд Экспо»

1–3 марта, пав. 1, зал 2
Международная выставка оборудования, продукции и услуг для ресторанов, кафе и пекарен FOOD SERVICE / IFFF MOSCOW–2016
Организатор: ITE

1–4 марта, пав. 1, залы 1, 3
19-я международная выставка пищевых ингредиентов INGREDIENTS RUSSIA
14-я международная выставка «МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ»
Организатор: ITE

4–6 марта, пав. 2, залы 5, 7
13-я международная выставка «МОТО ПАРК»
Организатор: «РТЕ-Групп»

5–6 марта, пав. 1, зал 4
Международная выставка кошек «КЭТСБУРГ–2016»
Организатор: «Супрэм»

8–13 марта, пав. 3, залы 13, 14
9-я международная выставка катеров и яхт «МОСКОВСКОЕ БОУТ ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

10–13 марта, пав. 3, зал 12
20-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ВЕСНА»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

11–13 марта, пав. 1, зал 1
12-я международная специализированная выставка «БЕЛО ПАРК»
Организатор: «РТЕ-Групп»

15–17 марта, пав. 2, зал 7, 8
19-я международная выставка электронных компонентов, модулей и комплектующих «ЭКСПОЭЛЕКТРОНИКА»
14-я международная выставка технологий, оборудования и материалов для производства изделий электронной и электротехнической промышленности «ЭЛЕКТРОНТЕХЭКСПО»
Организаторы: «Примэкспо», ITE

15–17 марта, пав. 2, зал 11
23-я международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD»
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

15–17 марта, пав. 2, зал 6
29-я международная выставка промостроения: промостроения, бизнес-подарков, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга «IPSA ВЕСНА»
Организатор: Reed Exhibitions

15–18 марта, пав. 3, залы 17, 18
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2016»
Международная выставка сумок и модных аксессуаров MOSPEL–2016
Организатор: «МосШуз»

19–22 марта, пав. 1, залы 2, 3, 4
Международная туристская выставка «ИНТУРМАРКЕТ (ITM)–2016»
Организатор: «Экспотур»

22–23 марта, пав. 2, зал 6
3-я международная специализированная выставка контрактного производства «СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (IPLS)»
Организатор: Reed Exhibitions

22–24 марта, пав. 3, зал 20
Международная специализированная выставка «ЛАБОРАТОРНАЯ ДИАГНОСТИКА–2016»
Организатор: «МЕДИ Экспо»

24–27 марта, пав. 3, залы 14, 15
12-я международная выставка «САЛОН КАМИНОВ»
12-я международная выставка индустрии природных технологий «ДЕРЕВЯННЫЙ ДОМ»
10-я международная выставка «AQUA-SALON. WELLNESS & SPA. БАССЕЙНЫ И САУНЫ»
9-я международная выставка «ДОМ И САД. MOSCOW GARDEN SHOW»
Организатор: World Expo Group

АПРЕЛЬ

5–7 апреля, пав. 3, залы 14, 15
Специализированная выставка закрытого типа METRO EXPO–2016 (вход только по приглашениям)
Организатор: «МЕТРО Кэш энд Керри»

5–8 апреля, пав. 1, 2, 3, залы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13
Международная строительно-интерьерная выставка BATHMART RUSSIA–2016
Организаторы: «МЕДИЯ ГЛОБ», МВЦ «Крокус Экспо»

5–8 апреля, пав. 2, зал 9
3-я международная выставка ландшафтной архитектуры, садового строительства, дизайна открытых пространств и интерьеров GARDEN BUILD
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

14–16 апреля, пав. 3, залы 13, 14
Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты INTERCHARM professional–2016
Организатор: Reed Exhibitions

14–17 апреля, пав. 3, зал 15
Международная выставка фото-, видеооборудования, печатных технологий и аксессуаров «ФОТОФОРУМ–2016»
Международная выставка мобильной электроники, цифровой техники и аксессуаров «MOBILE & DIGITAL FORUM–2016»
Международная выставка аудио- и видео аппаратуры высокого класса HI-FI & HIGH END SHOW–2016
Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»

15–17 апреля, пав. 3, зал 12
8-я международная выставка MOSCOW HOBBY EXPO
3-я выставка рукоделия, творчества, искусства и народных ремесел ART&CRAFT EXPO
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

18–20 апреля, пав. 2, зал 6
Выставка и конференция «FASTFORWARD E-SHOPPING. КУРЬЕРСКИЕ И

Календарь выставок

ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ-2016»

Организатор: «РЭД ГРУПП»

18–21 апреля,

пав. 2, залы 7, 8

39-й московский международный стоматологический форум и выставка

«ДЕНТАЛ САЛОН»

Организатор: ДЕ-5

19–22 апреля,

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

21-я международная выставка транспортно-логистических услуг и технологий

«ТРАНСРОССИЯ»

Международная специализированная выставка BREAKBULK RUSSIA-2016

Организатор: ITE

26–28 апреля,

пав. 3, зал 15, открытые площадки

20-я международная выставка технологий и оборудования для добычи и

обогащения полезных ископаемых MININGWORLD RUSSIA

Организаторы: «Примэкспо», ITE

26–29 апреля,

пав. 3, зал 13

Международная выставка-форум «ЭКОТЕХ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

27–29 апреля,

пав. 1, зал 1

Международная выставка «ЧЕРНОЕ МОРЕ-2016»

Организатор: SENEXPO International Fairs Inc.

МАЙ

17–20 мая,

пав. 3, залы 13, 14

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН / MIFS-2016

Организаторы: МЕДИА ГЛОБ, МВЦ «Крокус Экспо»

19–21 мая,

пав. 1, залы 3, 4

Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA-2016

Организатор: «Русские Вертолетные Системы»

19–22 мая,

пав. 3, зал 15

Международная выставка активного отдыха и приключенческого туризма

«ОТКРОЙ СВОЮ РОССИЮ»

Организатор: «РЭД ГРУПП»

20–22 мая,

пав. 3, зал 15

8-я международная выставка «МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

24–26 мая,

пав. 3, зал 20

8-й Всероссийский научно-образовательный форум с международным участием

«МЕДИЦИНСКАЯ ДИАГНОСТИКА»

Организатор: «МЕДИ Экспо»

31 мая–4 июня,

пав. 1, 3, залы 1, 2, 12, 13, 14, 15, открытые площадки

17-я международная выставка

«СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ / СТТ»

Организатор: «Медиа Глоб»

ИЮНЬ

14–17 июня,

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

21-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPACK

Организатор: МВК

15–17 июня,

пав. 2, зал 6

11-я международная выставка дизайна и проектирования изделий, производства

и эксплуатации форм, пресс-форм, штампов, 3D-оборудования и технологий

«ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»

7-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и

технологий для производства изделий из пластмасс

«РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»

Организатор: ЭМГ

АВГУСТ

24 августа–4 сентября,

пав. 1, 2, 3

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН-2016

Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», НП «Объединение автопроизводителей

России»

25–28 августа,

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

12-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

СЕНТЯБРЬ

6–8 сентября

пав. 1, зал 4

30-я международная выставка промоиндустрии: промосувениров, бизнес-

подарков, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга «IPSA ОСЕНЬ»

Организатор: Reed Exhibitions

6–9 сентября

пав. 3, залы 17, 18

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров

«МОСШУЗ-2016»

Международная выставка сумок и модных аксессуаров MOSPEL-2016

Организатор: «МосШуз»

13–15 сентября

пав. 2, залы 6, 7, 8

2-я международная специализированная выставка «ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

13–15 сентября

пав. 1, залы 3, 4

Международная выставка цветов, растений, техники и технологий для

цветоводства и ландшафтного дизайна «ЦВЕТЫ ЭКСПО-2016»

Организатор: «ГринЭкспо»

13–16 сентября

пав. 3, зал 15

19-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

20–22 сентября

пав. 3, зал 13

7-я международная выставка складской техники и систем, подъемно-

транспортного оборудования и средств автоматизации склада CeMAT Russia

Организатор: «Дойче Messe РУС», ITE

20–23 сентября

пав. 1, залы 3, 4

Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления

интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA-2016

Организатор: «Мессе Франкфурт РУС»

26–29 сентября

пав. 2, залы 7, 8

Московский международный стоматологический форум и выставка

«ДЕНТАЛ-ЭКСПО-2016»

Организатор: ДЕ-5

27–30 сентября

пав. 3, зал 20

18-й Всероссийский научный форум «МАТЬ И ДИТЯ»

Организатор: «МЕДИ Экспо»

29 сентября–2 октября

пав. 1, залы 1, 2, 3, 4

Международная выставка интерактивных увлечений «ИПРОМИР-2016»

Международный фестиваль поп-культуры COMIC CON RUSSIA-2016

Организатор: Конференция разработчиков компьютерных игр (КРИ)

ОКТАБРЬ

4–7 октября

пав. 3, залы 13, 14

Международная специализированная выставка сельскохозяйственной техники

«АГРОСАЛОН-2016»

Организатор: Агентство развития «Союзагромаш»

10–13 октября

пав. 1, залы 3, 4

7-я международная специализированная выставка-форум «ДОРОГАЭКСПО»

Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

11–14 октября

пав. 1, зал 2

Международная специализированная выставка «СТАНКОСТРОЕНИЕ-2016»

Специализированная выставка «АДДИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. 3D

ОБОРУДОВАНИЕ»

Специализированная выставка «СОЖ ЭКСПО»

Организатор: «Райт Солюшн»

12–15 октября

пав. 3, зал 12

Международная выставка предметов интерьера, декора и подарков

НОМ1 Moscow-2016

Организатор: ITE

12–15 октября

пав. 2, залы 5, 6, 7, 8

Международная специализированная выставка

I SALONI WORLDWIDE MOSCOW-2016

Организатор: Federlegno Arredo Eventi spa

17–20 октября

пав. 3, залы 13, 14, 15

Международная специализированная выставка

PIR EXPO. RUSSIAN HOSPITALITY WEEK-2016

Организатор: «ПИР Экспо»

25–27 октября

пав. 1, залы 1, 2

13-я международная выставка компонентов и систем силовой электроники

«СИЛОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА»

14-я международная выставка технологий, оборудования и материалов для

обработки поверхности и нанесения покрытий EXPOCOATING MOSCOW

16-я международная выставка оборудования для неразрушающего контроля и

технической диагностики NDT RUSSIA

Организатор: «Примэкспо», ITE

25–27 октября

пав. 1, залы 3, 4

19-я международная выставка оборудования для обработки металлического

профиля, труб, листа и производства металлоизделий MASHEX MOSCOW

15-я международная выставка PCVExpo «Насосы. Компрессоры. Арматура.

Приводы и двигатели»

Международная выставка промышленного котельного, теплообменного

оборудования и автономных систем энергоснабжения HEAT&POWER-2016

Организатор: МВК

В программе выставок возможны изменения и дополнения.

0+

РЕКЛАМА

DeNovo

By Irina Agalarova



КРОКУС СИТИ МОЛЛ
Крокус Сити, 66-й км МКАД
+7 495 236 13 63

Реклама

ТВОЙ ДОМ

всё лучшее в нём

24 ЧАСА

tvoydom.ru

Присоединяйтесь!



Всё для уюта в вашем доме:

посуда – более 30 000 видов;
домашний текстиль, ковры,
шторы – более 30 000 видов;
светильники и
люстры – более 50 000 видов.

*АО «КРОКУС», ОГРН 1027700257023, адрес места нахождения: 143402, Московская область, г. Красногорск, ул.Международная д.18.
В интернет-магазине представлен частичный ассортимент товаров, полный ассортимент в сети торговых комплексов «ТВОЙ ДОМ».