



Виставки.., виставки.., виставки...

Як відомо, — це місце зустрічі та встановлення ділових зв'язків між постачальниками, виробниками, торговельними організаціями та споживачами.

Уже виокремлюються спеціалізовані виставкові заходи, які відбуваються у столиці.

Стало престижно називатися провідною компанією тільки за участь у такій виставці та ще й отримати диплом учасника.

Мабуть так розпочинається шлях до успіху. А чому б і ні?



За лаштунками

ВИСТАВКОВИХ ЗАХОДІВ

Українські швейники довели, що можуть виробляти конкурентоспроможну продукцію, працюючи як на виконання замовлень іноземних компаній, так і задовольняючи внутрішній попит. А дистрибуційні й торговельні мережі з продажу одягу, на жаль, ще перебувають у стадії формування.

Виставка є трампліном для старту до визнання, пізнаваності, здатності зайняти гідну нішу на ринку. Визнають ті товари, які відомі, зарекомендували себе доброю якістю, відповідними ціною та умовами експлуатації. Проте на все потрібен час, за все необхідно платити, усе має свою вартість і немаленьку.

Вирішення взяти участь у виставковому заході робить Вас споживачем послуг виставкової компанії, тобто носієм прибутку для неї.

Якщо остаточно вирішено брати участь у виставці, ще раз поміркуйте, чого Ви очікуєте від цього заходу. Чи справдить організатор виставки Ваші сподівання?

Кожен з учасників заходу має свою мету, а саме:

— отримати максимальний прибуток від своєї діяльності, що забезпечується різними способами.

Організатори виставки, розмістивши експонентів у павільйоні на великій площі, радіють, підраховуючи свій прибуток.

Можна вже не опікуватися наявністю на стенді обладнання, не реагувати на зауваження експонентів.

Вважають, що потім вибачення усе владнає.

Так, організатори висвітлили свій захід у ЗМІ, пообіцяли велику супровідну програму, зовсім необтяжливу, бо деяка робота минулих років має приносити дивіденди (є можливість спростити виставкову феєрію).

Необтяжливим є і гасло, що виставковий захід — це повний цикл виробництва — від технологій, устаткування, матеріалів та дизайну до готової продукції.

Це спрацьовує, бо кожен експонент вірить у обіцяне і гадки не має, що здебільшого це врешті-решт добре спланована піар-кампанія. Хоча хто ж так просто тепер поділиться своєю технологією, яка, можливо, є унікальною для виробництва певних виробів, а, крім того, ще й сприяє підвищенню продуктивності та знана на ринку. Усього потроху і вже є досить солідний виставковий захід.

Спливає час, змінюється мода, осучаснюється виробництво, молодшає керівництво підприємств, яке сьогодні вільніше володіє технологіями бізнесу.

Ім ухвалювати рішення щодо стратегії та розвитку виробництва.



Кожен виставковий захід, відповідно до своїх наслідків, посідає тільки йому притаманне місце. Так і виставка **ТНФ — ТКАНИНИ. НИТКИ. ФУРНІТУРА** — єдина у своїй спеціалізації.

Як зазначено на сайті www.tnf.com.ua,

...Цей діловий захід віддзеркалює швейний бізнес України у світі сировини та матеріалів, фурнітури, пряжі, текстильних аксесуарів, товарів для рукоділля...

Оргкомітет виставки постійно провадить цікаві спеціальні проекти у рамках ТНФ:

- Всеукраїнський конкурс промислових колекцій
- Всеукраїнський конкурс-виставка вишивки й авторського рукоділля
- Науково-технічні конференції

Дух творчості, зв'язок сучасності з минулим й прагнення у майбутнє, неперевершена феєрія кольорів, які простежуються в роботах учасників Всеукраїнського конкурсу-виставки вишивки й авторського рукоділля, сприяли тому, що рівних цьому проекту немає в Україні.

Дуже важливим чинником потенційного успіху галузі є також формування в Україні індустрії моди і тепер спостерігається її активний розвиток. Свідомством прогресу в цій сфері є фешн-культура, що сформувалася; наявність дизайнерів, імена яких відомі не тільки у нас в країні, а й за її межами.

На думку самих кутюр'є, розвитку моди чимало посприяли сезонні покази модних колекцій, конкурси дизайнерів, функціонування спеціалізованих видань, де розповідається про творчий доробок вітчизняних творців моди. В економічному ж плані українська фешн-індустрія тільки розпочинає розвиватися. Отже, можна вважати, що підґрунтя для індустрії моди в Україні створено.

Щодо виставкових заходів, то їх організатори зазвичай використовують покази модного одягу та білизни для залучення широких верств відвідувачів.

Повідомлення MODA Ukraine Exhibition від 26.01.2007 р.

Уважаемые господа! Уважаемые коллеги!

Компания ITE Group Pcs / ПРЕМЬЕР ЭКСПО сообщает о том, что принято официальное решение о закрытии проекта МОДА Украина. Выставка МОДА Украина проходила 2 раза в год с 2002 года в Международном выставочном центре. С 2007 года проекта не существует. Это решение было принято по ряду объективных причин.

Без коментаря.



3 прес-релізу від 19.02.2007 р.

www.kmkyu.com.ua

3 прес-релізу від 19.02.2007 р.

...Сьогоднішня мода знаходиться на піку свого розквіту. Приголомшливі сукні, костюми, взуття та аксесуари до них заповнили вітрини модних магазинів. Перед сучасними модниками і модницями відкривається широкий простір для розробки свого індивідуального стилю. Ще декілька років тому важко було уявити, що можлива така розмаїтість фасонів, кольорів, модних тканин та аксесуарів. Сучасним дизайнерам одягу вдається поєднати, на перший погляд, не сумісні речі і створювати шедеври світової моди. В шаленому темпі сучасного життя важко встигнути за швидкоплинними модними тенденціями. Міжнародний фестиваль моди «**KYIV FASHION**» дає можливість учасникам і відвідувачам ознайомитись із сучасними тенденціями та останніми новинками світу моди. «**KYIV FASHION 2007**» — провідний захід у світі моди України, який не лише дає можливість іноземним компаніям освоїти український ринок, але також є плацдармом для вітчизняних компаній для виходу на міжнародну арену...

Якщо це так, то чи було запрошено на зазначений вище захід закордонних байерів для укладання угод на закупівлю модних виробів?

Так, до багатьох учасників виставки звертаються бажачі купити їхні вироби для реалізації, проте вони не задовольняють очікувань експонентів.

...Професійно підходячи до організації заходів, АТ «**Київський міжнародний контрактний ярмарок**» досягає оптимального поєднання основних складових успіху виставки — якісного і кількісного складу учасників і відвідувачів, корисної бізнес-програми...

Вважаємо, бізнес-програми мають бути змістовнішими, а не монотонно повторювати раз у раз одне й те саме.

Не зводючи нанівець роботу цілої групи людей, що займаються виставковою діяльністю, **маємо на меті звернути увагу керівників підприємств на чинні виставкові заходи і замислитись про доцільність участі у тому або іншому з них.**

Нині «**ЕКСПОТЕХМАШ**» — єдиний виставковий захід, де експоненти нового устаткування зустрічаються з потенційними споживачами його.

Щодо інших спеціалізованих виставок, ефективність участі в них, на жаль, не завжди на належному рівні.

Тож, вирішуючи, у якому виставковому заході доцільно мати свій стенд, слід добре поміркувати, а можливо й порадитися з тими, хто уже брав участь в ньому.

