

## “Хочешь формировать рынок – вкладывай деньги”



Считает президент компании JSA stage & show production company Александр Стрижак. Развивая свою компанию, он сформировал сценическую индустрию России и открыл представительство на украинском рынке, емкость которого в будущем может составить более € 1 млрд.



- Твоя компания осуществляет деятельность на рынках России, Восточной Европы, Украины. Расскажи об отличиях, специфике данных рынков?

- Отличия достаточно серьезные. Европейский рынок сформировался очень давно. Он многообразен и динамичен, он задает моду и те параметры, на которые мы равняемся при воплощении в жизнь любых запросов Заказчиков. Большинство технологий и идей формируются там и потом приходят к нам.

Страны Прибалтики входят в Европейский Союз и уже давно работают по их стандартам, поэтому вопросы производства проектов решают намного проще. Но есть один нюанс, который не дает им иметь сильную индустрию — их рынок очень маленький. В Украине же потенциал серьезнее, но многие, даже хорошие проекты и ныне ивенторы делают, не проявляя рачительности.

Культура производства очень низкая: персонал имеет навыки, но технически не обучен и очень часто не имеет квалификации и специального образования, не выработаны ни единая терминология, ни нормальная система планирования производства проектов. Что такое, например, stage plot\*? У кого не спроси, вроде бы термин знают, но толком никто не объяснит.

**“ \*Stage plot – визуальный план (чертеж, схема) размещения на сцене и над ней необходимого для производства шоу различного технического оборудования и декорационного оформления.**

Если говорить о российском и украинском рынке, то принципиальное их различие в экономической составляющей и историческом аспекте. В России больше компаний, больше денег, больше мероприятий.

Соответственно, и опыт накапливается быстрее. На Украине пока нет такого большого движения. Хотя люди здесь такие же творческие и есть компании, способные делать "серьезные" мероприятия, существует сложившийся определенный опыт и желание двигаться вперед.

Для всех участников хорошим и важным событием для развития, безусловно, станет чемпионат по футболу Евро-2012. В России таких мероприятий было и сейчас проводится много, и это очень сильно влияет на становление индустрии, стимулирует развитие рынка и экономики в целом. Оно однозначно даст свои положительные результаты. О формировании наших рынков говорит количество проводимых мероприятий и денег, которые на эти мероприятия выделяют заказчики. В Украине обороты пока меньше, но в этом году, мне кажется, наметились серьезные перемены в лучшую сторону.



**- Неужели только от количества денег в отрасли зависят ее опыт и развитие?**

- Да, в целом это именно так. Есть, конечно, и такой значимый фактор как различие в самом подходе к ведению бизнеса, но это отдельная профессиональная тема. А так, несомненно, как и в любом деле, на его развитие в большей степени влияет финансовая составляющая, количество и качество проектов. Если мы возьмем опыт моей компании, то JSA занималась ивент — проектами на протяжении всей своей деятельности, но основной упор я сделал на крупные мероприятия государственного и общественного значения. В Украине пока еще не происходит такого количества уличных событий и концертов. Здесь нет таких проектов, как строительство трамплинов, безопасных трибун для зрителей, временных многофункциональных павильонов, которые мы возводили в Москве. Более того, во многих городах нет освоенных площадок для проведения культурно-массовых мероприятий. Площадь Независимости в Киеве, где проходят городские и общественные праздники, к сожалению, не самое удобное место для подобных событий. Могу отметить Харьков с его, самой большой в Украине площадью Свободы, позволяющей организовывать масштабные мероприятия, но как такового “большого” шоу-бизнеса там еще нет. Так как нет еще существенной концертной жизни на стадионах. Но, не смотря на некоторое несовершенство, я смотрю с большим оптимизмом в будущее. Само проведение второй год подряд профессиональной Премии [Ukrainian Event Awards – ред.] говорит о том, что индустрия скорее жива, чем мертва.







- Спасибо за product placement Премии. Кстати, в Украине различные отраслевые мероприятия и организации – Ассоциация ивенторов Украины начали развиваться раньше, чем в России. По-твоему, мы достигли какой-то определенной количественной отметки потребовавшей качественного перехода, или просто опередили события?

- Я думаю, что это говорит и не о количественном переходе, и не о качественном развитии рынка. Ассоциации появляются там, где рынок только создается, и начинают заниматься его продвижением, задают темп развития. Либо рынок дорастает до какого-то определенного уровня и ассоциации создаются как профессиональные объединения для контроля и регулирования правил, условий, обязательств и т.д. Я не хочу никого обижать или обвинять, но пока складывается впечатление, что эти организации созданы "сами для себя" их значение на формирование индустрии не так заметно, как хотелось бы, наверное, всем участникам рынка.

- Количество инноваций, получается, также будет зависеть от количества денег в отрасли?

- Абсолютно. И еще от мудрости руководителя компании. Технологии всегда будут появляться. Их используют те, кто мыслит стратегически, смотрит далеко вперед, те, кто пришел на этот рынок всерьез и надолго. Я могу об этом говорить, потому что очень многие технологий в сценическом бизнесе, которые появились на рынках Украины и России, и в количественном, и в качественном отношении сделала моя компания. Так, в 2007 году я завез в Украину культуру использования конструкций PROLYTE и LAYHER, популяризовал его, сделал рекламу.



Индустрия идет вперед, и мы всегда вкладывали деньги в развитие. Многие компании считают, думают, вкладывать им деньги в проект или нет? Мы же работаем по принципу – проект необходимо сделать, и где мы возьмем денег на ту или иную деталь – это наши проблемы. Мы не перекладываем такую ответственность на заказчика. Хочешь формировать рынок – вкладывай деньги.

**- Какие стратегические планы были у компании при выходе на украинский рынок в 2007 году? Успешно ли они выполняются?**

- JSA на тот момент уже реализовывала проекты на украинском рынке. Один только Киевстар чего стоит [проект «Общение ради будущего» в честь юбилея компании - ред.]. Даже сейчас такого никто не может сделать в Украине самостоятельно: подобных проектов, к сожалению, пока не так много в стране. Не хочу никого обидеть, но это факт.

Первая мысль об открытии компании в другой стране была спонтанной и, честно говоря, не продуманной в деталях, а потом это уже приобрело реальный и осознанный вид и стратегическую концепцию.

**- Какова по твоему мнению емкость ивент-рынка в денежном эквиваленте?**

- Украина очень интересная самобытная страна. Она имеет серьезные возможности для развития. И я бы оценил потенциальную емкость отрасли в будущем примерно в € 1 млрд. Возможно цифра не корректна, так как не имеет под собой серьезного исследования и основана просто на интуиции, но я еще так серьезно не подходил к изучению этой темы и не просчитывал экономику.

Ключевые слова: JSA, Александр Стрижак, ассоциации, ивент-рынок, инновации, формирование и развитие

