

Teško je zamijeniti fizički kontakt i komunikaciju na sajmovima s virtualnim svijetom

Pretraži ...



ANALIZA TJEDNA

Izuzetno bitan faktor za trenutno i općenito poboljšanje sajamske industrije u Hrvatskoj je ulaganje u sajamsku infrastrukturu. Naravno, ulaganje ponajprije ovisi o vlasničkoj strukturi i izvorima financiranja. Velika prilika ulaganja u infrastrukturu sajmova svakako proizlazi iz EU projekata tako da su opcije za ulaganja raznovrsne, samo ih treba znati iskoristiti,

napominje u razgovoru **Dario Biškup, marketing menadžer Bjelovarskog sajma**. A upravo Bjelovarski sajam, osnovan 1995. u Gudovcu, postao je jedan od nezaobilaznih sajmova na ovim prostorima. Vlasnici sajma su Bjelovarsko-bilogorska županija i Grad Bjelovar, a ukupna površina izložbenog prostora iznosi preko 200.000 m².

Glavna priredba "Jesenski međunarodni Bjelovarski sajam" održava se svake godine početkom mjeseca rujna, vremenom postajući najznačajnija poljoprivredna i gospodarska manifestacija u cijeloj regiji. Druga veća manifestacija jest Proljetni međunarodni sajam koji također bilježi velik broj izlagača i posjetitelja. Važnost i značaj tih manifestacija očituje se u njihovoj potpori od strane resornih ministarstava i stručnih službi, jedinica lokalne samouprave, razvojnih agencija i brojnih tvrtki i obrtnika. Na njemu sudjeluje više od 500 izlagača te 400 stočara sa stokom, a posjeti ga preko 50.000 posjetitelja. Pored toga, Sajam organizira i niz drugih događanja, kao što su Pčelarski sajam, Sajam malih životinja, konjičke priredbe, aukcije stoke, izložbe ratara, voćara i vinogradara, stručne skupove, tjedne stočne sajmove i drugo. Bjelovarski je sajam i jedan od članica Eurascoa u kojem su trenutno 24 poljoprivredna sajma.

– Sajamske izložbe ovise o posjetiteljima, a zabrane i ograničenja kretanja posjetiteljima svakako značajno utječu na samo održavanje sajmova, tako da oporavak još traje. Pandemija je u vremenu svog trajanja snažno utjecala na industriju jer su gotova sva događanja bila zaustavljena. Mnogi sajmovi su dovedeni u vrlo tešku financijsku poziciju i prekinut je kontinuitet izlaganja što je mnogim izlagačima predstavljalo ozbiljan problem u poslovanju, ali ako gledamo pozitivnu stranu, dodatno je istaknuta potreba za sajmovima i važnost za gospodarstvo, dodaje Biškup.

– Naravno, zanimljivost izložbe osnovni je preduvjet da bi sajam privukao posjetitelje. Prema tome, organizacija svakog sajma zahtjeva prilagodbu trendovima jer bez praćenja trendova i kretanja na tržištu, izložbe sajmova teško bi privukle posjetitelje. Inovativne tehnologije olakšavaju organizaciju sajmova, ali i pristup potencijalno zainteresiranim posjetiteljima. Mi na našem sajmu povodimo se upravo takvim načinom, no to je primjenjivo na cijelu sajamsku industriju, kaže Biškup. Dodaje i brojke iz analize izlagača po zemljama iz kojih dolaze, pri čemu je većina, naravno, iz Hrvatske, između 82 i 88%.

Na Jesenskom sajmu predpandemijske 2019. godine, od izlagača iz stranih zemalja postotkom je bilo najviše onih iz susjednih zemalja: BiH, Slovenije i Mađarske. Posjetitelji iz svake od tih zemalja čine oko 5% ukupnog broja posjetitelja. Ostali izlagači iz stranih zemalja s manjim postotnim udjelom su porijeklom iz Italije, Austrije, Njemačke, Nizozemske, Danske, Srbije, Poljske i Češke. Danas, tri godine nakon pošasti, sajam je opet pun s više od 400 izlagača iz Hrvatske i 10-ak stranih zemalja. To su većinom europske zemlje iz našeg okruženja, iz Slovenije, tu su i Italija, Mađarska, Njemačka, Češka, Poljska, kao i zemlje koje nisu u EU – Srbija i BiH.

Izazovi s kojima se danas suočava sajamska industrija su ogromni

– Kakav će biti utjecaj inovativnih tehnologija ponajviše ovisi o njihovom korištenju. Kanali komunikacije prema posjetiteljima svakako otvaraju prostor prezentacije ponuda sajmova svojim posjetiteljima i na taj način prilika su za privlačenje zainteresiranih. Digitalizacija poslovanja izlagača sigurno predstavlja izazov s kojim se sajmovi susreću, a sposobnost

prilagodbe na nove tehnologije uvelike će usmjeriti poslovanje sajмова. Naravno, svaki sajam ima svoju specifičnost i prepoznatljivost koje su godinama stvarani i prepoznati kod samih posjetitelja. Koncept sajamskih izlaganja vrlo je različit kod svakog sajma, a način na koji sajam organizira svoja izlaganja vrlo često je individualan. Zajedničko svima je praćenje trendova i ponuda prilagođena posjetiteljima, uostalom bez praćenja trendova nema ni opstanka, jer ne zaboravimo, osnovni koncept sajmovanja jest isti stoljećima, ali bez suvremenih tehnologija i prilagodbi vremenu nema ni opstanka ni uspjeha, ustvrdio je Biškup.

– Uzmimo za primjer jednu „novotariju” koja je posebno eskalirala u doba covid krize i zatvaranja, a to su virtualni sajmovi. Oni su svakako zanimljivi, ali neće moći zamijeniti fizička događanja ponajprije jer su ljudi socijalna bića i teško je zamijeniti fizički kontakt i komunikaciju s virtualnim svijetom. Sajmovi su vrlo često mjesto na kojima je važno „biti viđen“, kao i mjesto direktne prodaje. Digitalna kupovina vrlo često slijedi nakon što se kupac fizički uvjerio u ono što kupuje, a sajam pruža usporedbu proizvoda i često njegovo testiranje. Naravno, i naš sajam ima opciju virtualnog sajma na web stranicama Bjelovarskog sajma. Mogućnost posjeta virtualnog sajma je inovacija uvedena za vrijeme korona krize te ona predstavlja vrlo dobar primjer kako se može modernizirati sajam. No, nakon pandemije i zatvorenosti gospodarstva, posjet sajmovima opet je vrlo izražen jer je potreba za fizičkim kontaktima bila snažno izražena kod mnogih posjetitelja, tako da sam siguran da nas čeka svjetla budućnost, napominje.

– Današnja situacija pokazuje da u Hrvatskoj postoji dovoljan broj kvalitetnih sajмова, a prema tome i stručnjaka koji ih organiziraju. U smislu stručnjaka koji djeluju u sajamskoj industriji broj je dovoljan, a samo razumijevanje za sajamsku industriju možda je nedovoljno na razinama koje imaju priliku pružiti dodatnu potporu razvoju ove industrije. Neupitno je da se generacije mijenjaju i da nije moguće pristupiti različitim generacijama na isti način. No, upravo zbog toga važna je prilagodba svakog sajma različitim kategorijama posjetitelja. Prilagodba u komunikaciji, ali i u ponudi koja mora pratiti interese i trendove svih skupina, to je lako reći no u praksi je to vrlo teška zadaća.

Svaki sajam, pa i ovaj Bjelovarski, osim što je u prvom redu gospodarska manifestacija, ima značaj i u turizmu te posjetitelji dolaze iz turističkih razloga, dakle ne isključivo kao kupci. To je vrlo vidljivo i u Gudovcu koji zbog sajma posjećuje vrlo velik broj ljudi koji zapravo nemaju nikakve veze s uzgojem stoke. Sajam stoga nudi i kulturno-umjetnički program i popratne sadržaje te je uz sve to uočljiv turistički učinak u broju ostvarenih noćenja. Svi su smještaji popunjeni u Bjelovaru i okolici – hoteli, privatni smještaji – a rezerviraju se mjesecima unaprijed.

Sajamska industrija u Hrvatskoj nije prepoznata na nacionalnoj razini

Zašto? – Važnost sajмова trebala bi biti prepoznata na nacionalnoj razini, a bojim se da to nije, kao što je to situacija u mnogim razvijenim zemljama. Kroz održavanje sajмова posljedično se razvija gospodarstvo u smislu promocije izlagača, ali i u smislu indirektno promocije okolnog gospodarstva. Osim toga, sajmovi promiču turistički potencijal regije u kojoj se održavaju, snažno utječu na ugostiteljsku ponudu i niz drugih djelatnosti koje nisu direktno vezane uz sajamske izložbe. Važnost sajmovanja za poduzetnike i obrtnike, ali i na

gospodarstvo prepoznata je u mnogim zemljama, te se nadamo da će isto jednog dana biti i u Hrvatskoj, nada se Biškup.

– Ključno za razvoj svakog sajma je povezanost sajmova na međunarodnoj razini kroz koju se mogu pratiti trendovi razvoja i razmjene iskustva. Usporedbe poslovanja većih sajmova s ostalima znatno doprinose razvoju manjih sajmova i prema tome, svaka povezanost je dobrodošla. Nastojanja UFI-a su svakako u smjeru razvoja industrije i nadamo se da će njihova djelatnost imati velik utjecaj i na razvoj sajamske industrije u Hrvatskoj, zaključio je na kraju razgovora za PoslovniFM Dario Biškup.

Autor: Boris Živković Foto: Bjelovarski sajam

*Projekt izrade i objavljivanja serijala tekstova pod naslovom **Sajamska industrija – gdje je novi početak?**, autora Borisa Živkovića, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije, kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2023. godinu.#4*

Objavljeno 9. listopada 2023. Sva prava pridržana PoslovniFM

bjelovar bjelovarski sajam dario biškup gospodarstvo lokalni sajmovi
sajamska industrija UFI



VIŠE S WEBA



Ovaj čudan sastojak pokreće ponovni rast kose. Gusta kosa za 7 dana

Oglas



Grad Varaždin osvojio titulu UNESCO-vog kreativnog grada iz područja glazbe!



Ovo zauvijek uklanja mikožu stopala. Nanesite prije spavanja kada...

Oglas

tery energy storage system integrator market share ran

