

Развитию выставок – государственный приоритет



С позиций государственных интересов выставки – это проверенный механизм развития экономики. Как повысить его эффективность? Что нужно сделать, чтобы они играли еще большую роль в развитии промышленности, в импортозамещении, продвижении товаров и услуг на российский и зарубежные рынки?

На вопросы редакции отвечает Президент Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
Сергей Николаевич Катырин

– Как отразились переживаемые трудности экономического свойства на показателях рынка выставочных услуг, и каковы, на Ваш взгляд, перспективы его развития в текущем году?

– Ухудшение внешнеэкономических условий, продолжение действия экономических санкций со стороны ЕС и США, беспрецедентное давление на Россию и провоцирование рыночной нестабильности не могло не сказаться на предпринимательской активности и отразилось на показателях выставочной деятельности российского и зарубежного бизнеса в истекшем году.

По итогам девяти месяцев 2015 года наблюдается тенденция снижения основных показателей рынка относительно аналогичного периода 2014 года. Выставочная площадь нетто сократилась на 12,5%, количество участников – на 13,8%. При этом количество иностранных участников сократилось на 22,9%, отечественных – на 11,5%. Что характерно, количество посетителей осталось примерно на том же уровне. Это говорит о том, что выставки остаются мощным современным востребованным рыночным механизмом. Ни одна из современных маркетинговых моделей, в том числе, с использованием интернет-технологий не смогла подменить полноценный выставочный продукт.

Сохранение неблагоприятной конъюнктуры чревато нестабильным положением дел на выставочном рынке в 2016 году. Однако выставочный бизнес принимает меры для компенсации потерь и стабилизации ситуации. В том числе путем создания благоприятных

условий для участия в выставках отечественных производителей и привлечения на выставки новых зарубежных поставщиков товаров и услуг, особенно из стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Проводится анализ действующих выставочных программ с точки зрения поиска новых перспективных проектов, готовятся интересные сопутствующие мероприятия, создаются центры импортозамещения, укрепляется взаимодействие с отраслевыми ассоциациями, что представляется очень важным. Эти вопросы, в частности, обсуждались на расширенном выездном заседании Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров, который проводился в январе текущего года в Санкт-Петербурге.

Целый ряд примеров говорит о том, что даже в сложных экономических условиях благодаря поиску и внедрению новых форм и методов работы можно добиться положительных результатов.

Выросли агропромышленные выставки «Экспоцентра» (Москва), «Башкирской выставочной компании» (Уфа), «Казанской ярмарки» (Казань), компании «Сибэкспоцентр» (Иркутск), «Агентства развития и инвестиций Омской области» (Омск), «Пермской ярмарки» (Пермь). Развивается строительная выставка ООО «Евроэкспо» (Москва). Некоторый рост показали выставки медицинской тематики ВЦ «Удмуртия» (Ижевск), Белгородской ТПП (Белгород), компании «Экспо-Волга» (Самара) и некоторые другие.

– Какие задачи стоят перед выставочной отраслью в контексте решения проблем развития российской экономики?

– С позиций государственных интересов выставки – это эффективный механизм продвижения товаров и услуг на внутренний и внешний рынки,

стимулирования научно-технического прогресса и роста промышленного экспорта, реализации конкурентного потенциала регионов, развития инфраструктуры крупных городов и создания новых рабочих мест. Выставки – это инструмент развития экономики, импортозамещения.

Но за последние пару десятилетий много изменилось в экономических реалиях. Новое время диктует новые подходы. Обозначаются более четко экономические профили регионов.

Поэтому Палата выступила инициатором разработки Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации. Распоряжением Правительства Российской Федерации Концепция была одобрена и утвержден план мероприятий по ее реализации.

В этом документе определены приоритетные направления развития отрасли, в числе которых совершенствование нормативного правового регулирования и создание современной выставочной и конгрессной инфраструктуры в регионах.

На Россию приходится всего 2% суммарной площади выставочных центров мира, что крайне мало, учитывая масштабы страны. Для США этот показатель достигает 20%, Китая – 15%, Германии – 10%. Значительная часть выставочных павильонов в России не соответствует мировым стандартам по качеству и оснащенности.

В ходе работы над проектом Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации ТПП РФ получены ответы из 68 субъектов Российской Федерации, заинтересованных в развитии выставочно-конгрессной деятельности. Руководство 49 регионов подтвердило свою заинтересованность в развитии выставочной инфраструктуры. В рамках этой работы собраны подготовленные предложения по строительству 26 новых выставочных комплексов.

Что касается правового регулирования отрасли, надо сказать, что в России есть государственные стандарты, регламентирующие выставки, ярмарки, конгрессы. Есть нормы права, различные законы, регулирующие имущественные, земельные, таможенные отношения, которые возникают при реализации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Но единого документа, единого государственного подхода к этой деятельности на протяжении последних двух десятилетий не было. Более того, при принятии нормативных правовых актов, регулирующих различные виды деятельности, в частности, вопросы распространения рекламы, государственных закупок услуг, регулирования алкогольного рынка, налогообложения недвижимого имущества, установления ставок аренды земельных участков и т.п. специфика выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности не была учтена.

Именно поэтому мы сочли целесообразным поддержать предложение о принятии единого нормативного правового акта на федеральном уровне, а именно закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Эта же позиция была сформирована парламентариями в ходе специального заседания в Совете Федерации в феврале 2014 года.

– Какие вопросы должен регулировать закон?

– Предметом регулирования закона должна быть множественность отношений, возникающих между

участниками выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, а также между субъектами этой деятельности и органами государственной власти всех уровней. Необходимо выработать отношение государства к выставкам как одному из важнейших механизмов развития экономики. Все это говорит о необходимости разработки закона в кратчайшие сроки.

– Насколько близка в наши дни выставочная деятельность торгово-промышленным палатам? Сколько территориальных палат принимает участие в организации выставочно-ярмарочных мероприятий?

– Торгово-промышленные палаты уделяют большое внимание развитию выставочного движения. В настоящее время эта деятельность занимается 89 территориальных ТПП. В течение года они проводят или участвуют в организации около 700 выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий. Активно занимаются этой работой ТПП Воронежской области, ТПП Нижегородской области, Вятская ТПП, Владимирская ТПП и целый ряд других палат.

С выставками во многом связана работа палат по установлению и развитию деловых связей с зарубежными партнерами. Большая часть палат занимается организацией торгово-экономических миссий, которые зачастую привязаны к крупным международным выставкам. На этом направлении складывается тесное взаимодействие ТПП России с территориальными палатами.

В качестве примеров состоявшихся в прошлом году проектов, подготовленных ТПП России совместно с Приморской Торгово-промышленной палатой, ТПП Камчатской области, Уральской ТПП, Южно-Уральской ТПП можно назвать бизнес-миссии в КНР на Международную выставку товаров в Пхеньяне, в Италию на Всемирную универсальную выставку «ЭКСПО-2015», на 57-ю Международную машиностроительную выставку «MSV-2015» (г.Брно, Чехия), на Международную выставку ландшафтного и садового дизайна в Германии. Эта работа, безусловно, будет продолжена.

Территориальные торгово-промышленные палаты могут также на принципах государственно-частного партнерства участвовать в реализации конкретных инфраструктурных проектов, заниматься эксплуатацией выставочных комплексов и уже делают это, выступать операторами выставочных проектов.

Во многих регионах установлены льготы для местных предприятий, участвующих в выставках. Но опыт показывает, что далеко не все предприятия знают о возможностях получения бюджетных субсидий. Надо усилить информационно-разъяснительную работу среди предпринимателей о порядке и механизме получения таких субсидий, как это делается в московском регионе с привлечением выставочных операторов, наладить тесное взаимодействие с объектами инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса в регионах.

Упоминание только этого краткого перечня задач говорит о разносторонности выставочно-ярмарочной деятельности, в которой проявляют себя торгово-промышленные палаты.

Напомню, что самые актуальные вопросы развития отраслевого рынка предполагается рассмотреть на VI Всероссийской конференции по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и Международном форуме выставочной индустрии «5rEXPO-2016», которые будут проводиться в июне в «Экспоцентре».