

Компенсация выставочных расходов: что ждать в 2011 году?

31 января 2011 года в Торгово-промышленной палате России прошло заседание Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров. Основной вопрос повестки дня - «О проблемах участия малого бизнеса в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях». Тема особенно актуальна сегодня из-за введенного недавно изменения налогового законодательства. В улучшении ситуации крайне заинтересованы и представители компаний-организаторов выставок, ведь по оценкам экспертов более 70-75% участников российских выставок являются предприятиями малого и среднего бизнеса.



В заседании приняли участие представители территориальных торгово-промышленных палат, выставочных компаний и федеральных органов исполнительной власти.

НОВАЯ НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА УЖЕ ВЛИЯЕТ НА БИЗНЕС

По признанию выступающих, уже сегодня чувствуется негативное влияние изменений налогового законодательства, вступивших в силу в январе. Президент ОАО «Концерн «Ростекстиль» **Борис Фомин** сказал об этом предельно откровенно. «Сегодня много говорится о щедрости государства, выделении бюджетных средств на поддержку малых и средних предприятий, однако своим решением о превращении с января 2011 года единого социального налога в три налога оно перечеркнуло все это субсидирование. На предприятиях думают: что дальше делать? В «тень» уходить или разоряться? По сути, государство ведет себя как слон в посудной лавке, говорит одно, а делает совершенно иное, – уверен он. – В такой ситуации нужна единая реакция бизнес-сообщества. Пора понять главное – все в экономике определяет промышленность: если она работает, будут и поступления в казну. Надо слушать, что говорит бизнес. Ну, а если Правительство «глухонес-

80,3016 млн. руб. было выделено бюджетам регионов на реализацию мероприятий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, участвовавших в выставочно-ярмарочных мероприятиях в 2010 году, Количество регионов увеличилось до 21 против пяти в 2009 году (см. «Удача-Экспо», №1, 2011).

мое», сами понимаете, что может произойти в стране».

По мнению заместителя исполнительного директора ТПП Костромской области **Бориса Байкова** введение налоговых новаций уже отразилось на выставочном бизнесе. Если в прошлые годы палата успешно готовила коллективный стенд малых предприятий на выставке «Продэкспо», то в этом году это не удалось. Малые предприятия отказались от участия по финансовым соображениям, стали более осторожными. Они готовы платить за место на ярмарках, чтобы продать товар, но не хотят участвовать в выездных выставках, работать на перспективу.

МАЛОВАТО БУДЕТ...

Участники заседания обратили особое внимание на ограниченность сумм компенсации выставочных расходов.

Заместитель председателя Комитета ТПП РФ по развитию частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса, заместитель Председателя Правления Ассоциации агентств поддержки малого и среднего бизнеса «Развитие» **Александр Ермошин** напомнил, что субсидии экспонентам обычно предоставляются только на компенсацию 2/3 стоимости арендованных площадей. Не оплачивается проезд, проживание и питание. Эти вопросы отдаются на откуп в регионы. Прекрасно, если там готовы финансировать соответствующие расходы из местного бюджета. Так, к примеру, происходит в Томской области, где администрация приняла постановление, согласно которому из местного бюджета возмещаются расходы, связанные с проездом до Москвы и проживанием в гостинице экспонентов, если они летят через Москву в Европу для участия в зарубежных выставках. В случае, если аналогичные постановления будут приниматься в других регионах, участие в выставках за границей и в иных городах России

для малых предприятий станет более привлекательным.

Вице-президент ТПП Республики Башкортостан **Азат Фазлыев**, отметил, что в регионе действует государственная программа поддержки малого и среднего бизнеса, в которой есть раздел, посвященный субсидированию части затрат на участие в выставках. Экспоненты предоставляют нужный пакет документов и получают возмещение части выставочных расходов. При этом, однако, компенсируются затраты лишь на аренду стендов и рекламу, но нет речи о возмещении расходов на проезд, проживание и питание.

К тому же условия предоставления помощи остаются достаточно жесткими. Требуется масса справок, в том числе – о сохранении в течение шести месяцев рабочих мест (что очень сложно контролировать), о регистрации предприятия в республике и т.д.

Но и это не все. Случается, что средств не хватает и экспонентам говорят: ничего не поделаешь, денег нет, кто не успел, тот опоздал. Компенсация выставочных расходов – незащищенная статья регионального бюджета.

НЕДОСТАТОК ИНФОРМАЦИИ – БЕДА ОБЩАЯ

Не менее важная проблема – распространение информации о выставках среди малых и средних предприятий, пропаганда выставок как одного из самых эффективных инструментов развития бизнеса.

Необходима разработка специальных программ информирования предприятий об эффективных выставках, прежде всего, через СМИ – газеты, телевидение и пр.

Конечно, эти мероприятия достаточно затратны, а значит, государство должно стимулировать рекламные кампании по продвижению выставок, ориентированных на малый и средний бизнес.

Предприятия также надо информировать о программах поддержки малого и среднего бизнеса. Во многих регионах приняты и действуют такие программы, однако на местах о них зачастую никто ничего не знает.

КАК ПОДДЕРЖАТЬ ЭКСПОНЕНТОВ?

По словам **Александра Ермошина**, содействие выставочно-ярмарочной деятельности является одним из пяти приоритетов раздела поддержки экспортеров в рамках Государственной программы поддержки малого и среднего бизнеса, которую реализует и курирует Минэкономразвития России.

Во-первых, развиваются программы компенсации выставочных расходов экспонентов. Помимо этого, в 2010 году в качестве приоритетных предусматривались такие направления, как возможность получения субсидий малыми и средними предприятиями на расходы, связанные:

- с проведением коллективных маркетинговых проектов по выходу на внешние рынки;
- с реализацией проектов по разработке и продвижению коллективных брендов и торговых марок;
- с обучением внешнеэкономической деятельности, в том числе и участию в выставках;
- с компенсацией расходов на маркетинговое, консалтинговое и юридическое сопровождение внешнеэкономической деятельности.

Начиная с 2010 года, все эти меры заложены в соответствующем приказе Минэкономразвития России в качестве приоритетных.

Все зависит от того, насколько активно регионы подают заявки в Минэкономразвития России. Большая часть поступающих заявок связана с мероприятиями по развитию финансового сектора: микрофинансированием, гарантийны-

ми фондами и т.д. Очень часто выставки остаются на втором плане.

Чтобы улучшить ситуацию, надо работать с руководством регионов, просить их, убеждать в необходимости выделения региональных бюджетных средств на развитие выставочной деятельности.

Специалист-эксперт Департамента развития малого и среднего предпринимательства Минэкономразвития России **Оксана Габибова** рассказала об основных направлениях деятельности министерства по поддержке участия малого бизнеса в выставках, запланированных на 2011 год.

Информация о распределении бюджетных средств на поддержку малого и среднего бизнеса – на ФЕДЕРАЛЬНОМ ПОРТАЛЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (<http://smb.gov.ru/>)

В проекте Приказа Минэкономразвития России о мерах по реализации в 2011 году мероприятий по государственной поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства предусмотрено, в том числе, субсидирование предприятий, участвующих в выставках.

В рамках этой деятельности акцент сделан на три основных блока:

- программы поддержки действующих инновационных компаний;
- программы поддержки малых и средних предприятий, которые производят и реализуют товары на экспорт;
- деятельность Европейского информационного корреспондентского центра.

В 2011 году предусмотрено новое мероприятие: создание и развитие центров поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства. Они должны осуществлять информационно-аналитическую, консультационную и организационную поддержку предприятий, в том числе и по вопросам участия в выставках.

КАК РЕГИОНУ ПОЛУЧИТЬ СОФИНАНСИРОВАНИЕ?

Как известно, в соответствии с Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» средства федерального бюджета на государственную поддержку предприятий малого и среднего бизнеса предоставляются региональным бюджетам в виде субсидий на условиях, ежегодно определяемых правительственными нормативно-правовыми актами.

В начале каждого года (обычно – в конце февраля) Минэкономразвития России объявляет Конкурс по отбору регионов, бюджетам которых предоставляются субсидии для софинансирования

мероприятий, осуществляемых в рамках местных программ поддержки малого и среднего предпринимательства, а также утверждает Порядок проведения этого Конкурса.

Участвовать в нем могут регионы, предоставившие в министерство конкурсную заявку и информацию о наличии в бюджете субъекта Российской Федерации ассигнований на исполнение расходных обязательств на соответствующие мероприятия государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, указанные в информационной карте Конкурса.

Государственное софинансирование предоставляется целому ряду мероприятий региональных программ по поддержке малого и среднего бизнеса, причем выделяется перечень приоритетных мероприятий, которым софинансирование гарантировано.

В 2010 году в этом перечне были предусмотрены меры по компенсации выставочных затрат экспонентов, правда, касалось это лишь малых инновационных предприятий.

Необходимо отметить, что софинансирование из федерального бюджета возможно только, если соответствующая статья расходов предусмотрена в региональном бюджете. В результате в региональные программы стараются включать как можно больше мероприятий, признанных приоритетными на федеральном уровне (они перечислены в Порядке). Таким образом на местах рассчитывают получить максимально возможную гарантию софинансирования из федерального бюджета.

ГДЕ ИСКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОГРАММАХ ПОДДЕРЖКИ?

Попробуем назвать источники получения нужных сведений.

1. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства (<http://smb.gov.ru/>). На сайте размещена информация о мероприятиях региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса, по которым поданы заявки с целью получения софинансирования, и по которым это финансирование было выделено. Здесь же можно перейти на региональные порталы.

2. В региональных органах власти. Возможно, в каждом конкретном случае предприниматель сможет получить нужные ему сведения.

3. В торгово-промышленных палатах, которые ведут выставочную работу.

5. В изданиях «ИнформЭКСПО» – газете «Удача Экспо» и журнале ТПП РФ «Экспо Ведомости».

На сайте www.informexpo.ru можно узнать всю необходимую информацию о компенсации выставочных расходов; найти ответ на вопрос, какое предприятие считается инновационным; познакомиться с официальными отчетами о проведении аудита российских выставок, проблемными статьями по вопросам развития выставочного бизнеса; узнать другие, не менее ценные сведения.