

# Государственная поддержка участия малого бизнеса в выставках



## Существует ли она на практике? И что сделать, чтобы планы и намерения превратились, наконец, в реальность?

Одной из главных тем обсуждения на расширенном выездном заседании Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров в Санкт-Петербурге, стал вопрос государственной поддержки участия в выставках малых и средних предприятий. Представляем участников дискуссии:

- **Сергей Беднов**, генеральный директор ЗАО «Экспоцентр», председатель Комитета ТПП РФ;
- **Игорь Коротин**, директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ;
- **Сергей Селиванов**, начальник отдела выставок и координации участников внешнеэкономической деятельности Департамента внешнеэкономических отношений Минпромторга России;
- **Алексей Яковлев**, начальник Управления развития внешнеторговой деятельности и связей с общественностью Комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга;
- **Андрей Жуковский**, председатель исполнительного комитета АНО «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы», генеральный директор компании «РуссКом Ай-Ти Системс»;
- **Валерий Барулин**, генеральный директор ВЗАО «Нижегородская ярмарка»;
- **Андрей Левитан**, генеральный директор компании «Экспо-Волга»;
- **Вера Ермилова**, генеральный директор ООО «Дальэкспоцентр»;
- **Александр Круглик**, президент ОАО «Рослегпром».

**Сергей Беднов**, открывая обсуждение, отметил: тенденции на выставочном рынке хорошо известны: снижается количество экспонентов и объем арендованной площади, но самое неприятное – сокращается число российских участников. Многим компаниям, особенно из регионов, выставки становятся не по карману, у них просто нет денег на поездки в Москву и Петербург для участия в крупнейших отраслевых смотрах.

Что в этой ситуации нужно предприятиям?

Государственная поддержка, прежде всего, финансовая. Говорят, малый бизнес очень мало пользуется субсидиями. Почему? Существует мнение, что на пути выделения бюджетных ресурсов слишком много барьеров, сложная отчетность. Наверное, это связано с определенным недоверием к предпринимателям. В итоге, компании боятся обращаться за поддержкой из регионального бюджета. Уверен, они заслуживают большего доверия.

Сегодня в стране должна быть выработана единая государственная система поддержки малого и среднего бизнеса. Надо найти нужный алгоритм, причем он должен быть простой и прозрачный, чтобы предприятия уверенно обращались в региональные бюджеты за поддержкой для участия в национальных и международных выставках. Необходим ответственный государственный подход, в основе

которого – необходимость развития отечественного производства и реализация программ импортозамещения.

**Андрей Жуковский** поделился опытом Москвы по предоставлению выставочных субсидий. По его словам, практика финансовой поддержки конкретных экспонентов, которые могли получить до 50% компенсации выставочных расходов, показала себя не очень хорошо, и широкого распространения не получила. Основная причина – слишком большое количество бумаг, которые нужно было заполнить.

Сейчас планируется запустить пилотный проект, который реализует другую логику поддержки. Конкретный пример: в Москве имеется около 20 предприятий, которые эффективно работают в области фармацевтической индустрии. Мы обратились к маркетинговым службам этих компаний с целью выяснить, какие выставки им нужны для продвижения продукции (географические рынки сбыта товаров, портрет целевой аудитории, собственный опыт по участию в выставках и пр.).

В случае если представители десяти предприятий скажут: нам интересна Россия, мы определим самую эффективную российскую выставку в этой области, и организуем на ней коллективный стенд при финансовой поддержке Правительства Москвы.

Если более интересными для них окажутся рынки сбыта Китая или Южной

Америки, мы будем готовить московский стенд на международной выставке, наилучшим образом охватывающей эти рынки

Таким образом, мы исходим из интересов промышленности. Как показывает практика, именно такая логика действий реализована в Германии, Италии, США и Китае, и давно доказала свою эффективность. Механизмы для организации такой поддержки у нас есть, в том числе финансовые – в виде государственной субсидии, которую получает Конгрессно-выставочное бюро Москвы

Поддержку участия малого и среднего бизнеса у нас сдерживает только отсутствие политической воли, – уверен Андрей Жуковский, – если в регионах будет такая воля, необходимые ресурсы и, главное, понимание той огромной роли, которую играет выставочная деятельность для развития экономики региона, все сложится.

**Сергей Селиванов** привел статистику, подтверждающую, что деньги для малого бизнеса выделяются, но компании сами не хотят их брать. Так, по данным Минэкономразвития России, в 2015 году малым и средним предприятиям для участия в выставках за рубежом был выделен лимит в 180 млн.руб. по линии центров поддержки экспорта. Однако эта квота была выбрана не более чем на 50%.

Почему? С одной стороны, предприятия пугает объем документооборота, с другой - отсутствие информации о данном виде поддержки.

Сейчас Минпромторг России готовит государственную программу поддержки предприятий фармацевтической промышленности и производителей медицинского оборудования. В течение двух лет планируется выделить до 160 млн. руб. на мероприятия, включающие, в том числе и 100%-ную компенсацию расходов на участие в выставках на стендах, организованных Минпромторгом России. Причем это касается выставок как внутри страны, так и за рубежом. Предполагается, что основная часть этих денег пойдет на поддержку участия наших предприятий в выставках в субъектах Российской Федерации.

**Алексей Яковлев** согласен с тем, что ради небольших денег предприятие не будет готовить большой и серьезный пакет документов, который к тому же очень серьезно проверяется, и часть заявок на субсидии отсеивается.

Сегодня мы может утверждать, что такая форма поддержки, как компенсация выставочных расходов, востребована бизнесом Петербурга, – сказал он, – в 2015 году выделенные на эти цели ресурсы были исчерпаны полностью, количество заявок практически в два раза превысило ту сумму, которую можно было обеспечить деньгами.

Сегодня правительство города уделяет большое значение развитию экспорта. Губернатор лично дал поручения вице-губернаторам и отраслевым комитетам городской администрации проработать дополнительные меры по поддержке экспорта. Мы провели исследование: в конце 2015 года опросили представителей более 1000 предприятий по вопросу реализации мер государственной поддержки бизнеса.

Из шести механизмов продвижения товаров на внешние рынки, которые по итогам этого исследования предложено реализовать на практике, два связаны с выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельностью. Причем это наиболее востребованные меры.

По мнению **Валерия Барулина**, сейчас в России нет реальной государственной поддержки малого бизнеса, только декларация.

У малых предприятий нет абсолютно никаких преференций, зато есть масса проверок и штрафов. И потому им очень тяжело работать.

По данным статистики, в России меньше 20% малых предприятий (от общего количества зарегистрированных компаний), хотя в мире этот показатель составляет в среднем 70%, в США – больше 80%. Там малый бизнес держит экономику, у нас – нет, и в этом – корень проблемы.

Если наше государство начнет реально поддерживать малые предприятия, давать им возможность развиваться, в том числе и через участие в торгово-промышленных выставках, ситуация кардинально изменится.

Валерий Барулин предложил использовать самый простой механизм

поддержки участия малых и средних компаний в выставках. Речь идет о мероприятиях, заказчиком которого выступает само государство или региональные власти. В этом случае все достаточно просто. В бюджет закладывают средства на проведение выставки под условным названием «Покупай нижегородское!». На эти деньги администрация закупает выставочную площадь, а затем на основе конкурсного отбора размещает на стендах продукцию местных производителей, нужную региону. Именно такой и должна быть реальная поддержка, которая, к тому же, не влечет за собой никаких нарушений финансовой дисциплины.

**Вера Ермилова** напомнила, что региональные программы поддержки малого и среднего бизнеса формируются исходя из возможности получить софинансирование из федерального бюджета.

В случае, если в официальных документах Министерства экономического развития России, определяющих приоритетные направления поддержки малого бизнеса, компенсация выставочных расходов не предусмотрена, ее не будет и в региональной программе. Почему – понятно, ведь эта статья расходов регионального бюджета не получит федерального софинансирования, достигающего 80% от выделенной суммы.

Именно так и произошло в Приморском крае, где раньше практика компенсации выставочных расходов была развита очень хорошо, экспонентам компенсировали до 80% затрат, и многие пользовались этой возможностью.

Сейчас приоритет отдается экспортоориентированным компаниям. Выставочная деятельность ушла на второй план, и практически не поддерживается.

По мнению Веры Ермиловой, при разработке краевых программ, надо смотреть на специфику регионов и прислушиваться к специалистам, работающим на местах, которые лучше знают, какое направление поддержки малого бизнеса для региона более важное, – именно оно и должно получать федеральное софинансирование.

Отвечая на это выступление, **Игорь Коротин** напомнил, что после того, как президент России Владимир Путин посетил Дальний Восток, был дан ряд поручений по развитию этого региона. Так, в частности, предусмотрены меры по развитию выставочной деятельности в Комсомольске-на-Амуре. В этой ситуации логично поднять вопрос о новых региональных программах поддержки участия дальневосточных предприятий в отраслевых выставках.

**Андрей Левитан** высказал серьезное сомнение в том, что в ближайшие годы у государства будут деньги на масштабную поддержку малых предприятий, поскольку ситуация в экономике продолжает оставаться очень сложной, и нет оснований считать, что она быстро изменится к лучшему.

В этих условиях источником поддержки всех видов бизнеса могут быть не деньги, а правильные управленческие решения на государственном уровне, – заявил он.

Прежде всего, это касается усиления межрегионального взаимодействия.

Не секрет, что сегодня каждый регион негласно проводит собственную протекционистскую позицию по защите местных производителей и рынков. Это логично и правильно, но, вместе с тем, является сдерживающим фактором для развития бизнеса.

Второе направление работы – изменение в пользу регионов традиционной диспропорции в развитии выставочной деятельности в центре и на местах. Государство должно активнее поддерживать участников именно региональных выставок.

Третья задача – активное участие государства на федеральном и региональном уровне в развитии выставочной инфраструктуры. За коммерческие деньги сегодня она не может быть построена. С точки зрения частного инвестора эти вложения никогда не оправдаются. Государство же получит долговременный ресурс развития региональной экономики. К тому же строительство выставочного комплекса рационального масштаба, нужного данному конкретному региону, не потребует глобальных инвестиций.

По мнению **Александра Круглика**, государственная помощь предприятиям – экспонентам носит сегодня единичный характер. При этом компенсацию они получают примерно через полгода – столько тянется процедура проверки подтверждающих документов.

Но такая помощь все равно нужна, особенно для малого бизнеса. Легкая промышленность – единственная полностью частная отрасль экономики. В 2005 г. в стране было 45 тыс. предприятий легкой промышленности, в 2015 г. – 14 тыс., включая 12,5 тыс. малых компаний.

Куда же делись 29 тыс. фирм? Они не пропали. Часть из них, конечно, закрылась. А большая часть ушла «в тень».

У государства сегодня нет настоящей политики по отношению к малому и среднему бизнесу. Неужели неясно, что сначала его нужно вскормить, а потом уже стричь. А у нас как ударили единым социальным налогом, так основную массу малого бизнеса и похоронили.

Помните, закрылся «Черкизон»? После этого через год на ярмарке «Текстильлегпром» появилось огромное количество малых предприятий. Они как грибы выросли в Московской области и близлежащих областях. Кто это был? Бывшие продавцы китайской и турецкой продукции на «Черкизоне». Когда рынок закрылся, они организовали собственные производства. Они великолепно знали рынок. Прошло время, и они ушли в тень. Сейчас на выставке если мы и видим малый бизнес, то только на коллективных стендах регионов, там он еще как-то выживает.

Вопрос о поддержке малого бизнеса – очень важный и насущный. Нужно его поднимать, давать развиваться. Как это делать, лучше всего видно на примере небольшой Киргизии, которая стала настоящим «швейным цехом» Средней Азии, именно там созданы самые комфортные условия для ведения этого бизнеса, предприятия растут, развиваются и выпускают прекрасную продукцию.