

Компенсация выставочных расходов малого и среднего бизнеса

Что происходит на практике?

И почему Минэкономразвития России не замечает российский выставочный бизнес?

Самая модная и актуальная тема, особенно в последнее время, – государственная поддержка предприятий малого и среднего бизнеса. В стране принимаются федеральные, региональные, муниципальные программы развития предпринимательства, выделяются значительные средства из бюджетов всех уровней.

Очевидно, что первоочередная задача успешного предпринимателя – обеспечение сбыта производимых им товаров и услуг. Нет никаких сомнений, что одним из ключевых маркетинговых инструментов и традиционно эффективным способом продвижения продукции на отечественный и зарубежные рынки является участие в международных и всероссийских выставках.

Совершенно естественно, что среди экспонентов российских выставок предприятия малого и среднего бизнеса представлены достаточно широко. По экспертным оценкам ведущих выставоч-

ных компаний их количество составляет в среднем 73%-75% (см. врезку).

С наступлением кризиса резкое падение покупательной способности населения, снижение спроса, работа «на склад» и затоваривание привело и приводит к разорению и прекращению деятельности многих ранее процветавших компаний. Очень важно в такой ситуации найти новых надежных партнеров и новые рынки сбыта.

Однако участие в международных и межрегиональных выставках из-за высокой стоимости становится для предпринимателей все менее доступным. Возможная помощь в таких случаях известна – государственная компенсация расходов предприятия на участие в выставках. В этом заинтересованы не только экспоненты, но и организаторы выставок: сохраняются лучшие выставочные проекты (те, которые выбирают экспоненты), и находят партнеров малые и средние предприятия-производители продукции.

Считая, что подобный вид государственной поддержки способствует выживанию в сложных экономических условиях всех участников выставочной деятельности, мы в последних номерах наших изданий неоднократно обращались к этой теме.

В третьем номере журнала мы разместили информацию о программе поддержки малого и среднего бизнеса в Архангельской области (наряду с другими регионами). Однако все оказалось не так просто.

В марте 2009 года программа компенсации выставочных расходов малых и средних предприятий, действовавшая в Архангельской области в течение трех лет, была отменена. Такое же решение было принято и Администрацией города Челябинска. И это – явный шаг назад. Естественно возникает вопрос: почему?

Представитель Администрации Архангельской области, отвечая на вопросы редакции, объяснил, что в 2009 году в Программу поддержки малого и среднего бизнеса они решили включить только те мероприятия, в софинансировании которых из федерального бюджета были уверены.

КАКИЕ ЦЕЛИ СТАВИТ ПЕРЕД СОБОЙ ГОСУДАРСТВО

В последние годы Федеральная программа поддержки малого и среднего бизнеса не принимается как отдельный документ, а представляет собой совокупность нормативных правовых актов Правительства РФ, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение **целей государственной политики в этой области** (№ 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, ст.3).

Этим законом определены **восемь основных целей государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства:**

- 1) развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике РФ,
- 2) обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства,
- 3) обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства,

Сколько малых и средних предприятий на наших выставках?

Какова актуальность вопроса о поддержке участия малого и среднего бизнеса в российских выставках?

Чтобы оценить масштаб проблемы мы обратились к ведущим специалистам крупнейших выставочных компаний с просьбой дать экспертную оценку количества средних и малых предприятий в составе экспонентов выставок, проводимых их компаниями.

И вот какие ответы мы получили:

■ По данным обработки анкет участников выставок, число средних и малых предприятий в составе экспонентов собственных смотров ЦВК «Экспоцентр» составляет примерно 75%.

■ Среди экспонентов выставок «Ленэкспо» (Санкт-Петербург) число предприятий малого и среднего бизнеса составляет 70,52%. При этом совершенно очевидно, что их количество напрямую зависит от тематики. Так, в «Петербургском свадебном салоне» и выставке «Реклама и информация» участвует 100% малых и средних компаний, в то же время на выставке «Нева» их около 17%.

■ Количество российских предприятий среднего и малого бизнеса – участников крупнейшей отраслевой ярмарки «Текстильлегпром» – примерно 73%.

Таким образом, очевидно, что малый и средний бизнес является основным участником выставок крупнейших выставочных компаний России, а значит, со всей очевидностью, на региональных выставках его роль еще выше.

Благодарим за подготовку экспертных мнений:

- **Оксану КУЦ**, начальника отдела маркетинга ЗАО «Экспоцентр»;
- **Анну КУЗЬМИЧЕВУ**, руководителя Дирекции маркетинга, рекламы и информации ОАО «Ленэкспо»;
- **Вадима ЕФРЕМЕНКОВА**, заместителя генерального директора ЗАО «Текстильэкспо».

4) оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств,

5) увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства,

6) обеспечение занятости населения и развитие самозанятости,

7) увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта,

8) увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов.

ОБ ЭТИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ ДОКУМЕНТАХ НАДО ЗНАТЬ...

В соответствии с ФЗ 209 средства федерального бюджета на государственную поддержку предприятий малого и среднего бизнеса предоставляются бюджетам субъектов РФ в виде субсидий на условиях, оговоренных правительственными нормативно-правовыми актами. Пытаемся рассказать о сути этих документов.

Постановлением Правительства России (№178 от 27 февраля 2009 г.) были утверждены детально проработанные **Правила распределения и предоставления** таких субсидий. Ежегодно Министерство экономического развития России должно определять порядок предоставления субсидий, уровень софинансиро-

вания для каждого региона, перечень необходимых документов и т.д.

В соответствии с Правилами субсидии предоставляются субъектам РФ на конкурсной основе в целях софинансирования расходов на осуществление мероприятий из утвержденной региональной и (или) муниципальной **Программы по поддержке малого и среднего бизнеса**, наличие которой является обязательным условием. Необходимо также подтвердить фактическое перечисление в текущем году средств регионального бюджета на реализацию мероприятий программы.

Приказом Минэкономразвития России (№ 31 от 30 января 2009 г) был утвержден **Порядок конкурсного отбора** субъектов РФ, бюджетам которых в 2009 году предоставляются субсидии (далее – «Порядок») и Положение о Конкурсной комиссии. Обеспечение деятельности Конкурсной комиссии возложено на Департамент государственного регулирования в экономике Министерства экономического развития РФ.

Согласно п. 1.4. «Порядка» бюджетам отобранных по конкурсу субъектов Российской Федерации в 2009 году предо-

В регионах необходимо обеспечить включение в программы поддержки малого и среднего бизнеса мероприятий, направленных на продвижение их продукции на внутреннем рынке, в том числе – на компенсацию выставочных расходов. Задача региональных торгово-промышленных палат – всеми силами способствовать этому

ставляются субсидии для финансирования следующих мероприятий:

- создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (бизнес-инкубаторов);
- поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих и реализующих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта;
- развитие системы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства;
- создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в научно-технической сфере;
- реализация ИНЫХ мероприятий по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства (в соответствии с утвержденной региональной программой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства).

Первое, что бросается в глаза при изучении этих документов: **«содействие в продвижении товаров и услуг малых и средних предприятий на внутренний**

российский рынок» ни в одном из документов не упоминается ни в качестве цели, ни в перечне необходимых для развития малого и среднего бизнеса мероприятий. Стало быть, нет речи и о поддержке участия экспонентов в выставках на территории России. Расписаны только меры поддержки экспорта, в том числе, условия и порядок оказания финансовой помощи российским экспортерам при организации их участия в выставках за рубежом.

Предложения о поддержке участия предприятий в российских выставках могут находиться только в группе «ИНЫХ мероприятий» – другой возможности Министерство экономического развития РФ просто не предоставило.

Но и это еще не все.

САМОЕ ГЛАВНОЕ – СООТВЕТСТВИЕ АНТИКРИЗИСНОМУ ПАКЕТУ МЕР

Решение о выделении регионам субсидий на осуществление мероприятий из категории «ИНЫЕ» принималось после оценки конкурсных заявок. При этом в конкурсной заявке могло быть представлено от 1 до 10 мероприятий (направлений, проектов), реализуемых в соответствии с принятой региональной программой. Проекты оценивались по 100-балльной шкале. Каждому показателю присваивалось определенное количество баллов.

При этом наибольшее их количество, влияющее на принятие решения о выделении региону субсидии, получали мероприятия, соответствующие «антикризисному пакету мер» или перечню приоритетных мероприятий (раздел 13 Порядка). Затем формировался рейтинг мероприятий. Определение победителей конкурса по каждому проекту производилось отдельно.

Практически все указанные в Порядке (раздел 13) антикризисные и приоритетные мероприятия предполагают выделение средств на финансирование инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса.

«Антикризисный пакет мер» включал:

- программы поддержки начинающих предпринимателей (гранты на создание собственного бизнеса);
- развитие микрофинансирования;
- гарантийные фонды (фонды поручительства);
- субсидирование части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, привлеченным в российских кредитных организациях, и лизинговым договорам.

К «дополнительным приоритетам» относились:

- образовательные программы: повышение квалификации, разовые лекции, стажировки, семинары;
- развитие малых предприятий в области инноваций и промышленного производства;



- поддержка муниципальных и межмуниципальных программ развития малого предпринимательства;
- программы обеспечения деятельности бизнес-инкубаторов;
- программы поддержки малых предприятий в условиях присоединения России к Всемирной торговой организации;
- программы энергосбережения;
- промышленные парки;
- технопарки;
- поддержка и развитие молодежного предпринимательства;
- создание и обеспечение деятельности информационно-аналитических центров (Евро Инфо Корреспондентских центров).

КАК ПРОХОДИЛ КОНКУРС?

В начале февраля 2009 года Минэкономразвития России официально объявил о начале конкурсного отбора субъектов Российской Федерации.

В положенный срок было получено 358 заявок на общую сумму почти 21 млрд. рублей (точнее – 20 959 753 463 руб.).

В результате экспертизы полученных заявок в марте 2009 года Конкурсная комиссия приняла решение признать победителями 252 заявки из 77 регионов на общую сумму 7 993 311,- 48 тыс. руб.

Только в пяти регионах, мероприятия, так или иначе связанные с выставочной деятельностью на территории России, были заявлены, признаны и получили софинансирование. Объем выделенных на эти цели средств – 16 427 тыс. руб., что составляет 2% от общей суммы.

Распределение по регионам выглядит следующим образом:

- **в Красноярском крае** – субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства на возмещение части затрат по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях на территории России и за рубежом, включая расходы по транспортировке экспозиций (3,5 млн руб.);

- **в Тульской области** – содействие развитию межрегионального сотрудничества, в т.ч. участию субъектов малого и среднего предпринимательства в выставочно-ярмарочной деятельности (2,4 млн руб.);

- **в Курской области** – субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства на возмещение затрат, связанных с производством товаров (работ, услуг), в т.ч. предназначенных для экспорта, участие в межрегиональных и международных выставочно-ярмарочных мероприятиях (9,2 млн руб.);

- **в Омской области** – содействие продвижению продукции субъектов малого и среднего предпринимательства Омской области на региональные, межрегиональные и международные рынки (1,327 млн руб.);

В Пермском крае, Республика Коми и Тыва финансирование получили проекты, направленные на продвижение экспорта, что предполагает поддержку участия в выставках за рубежом.

ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ УЧАСТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ВЫСТАВКАХ

18 мая 2009 года Министр экономического развития России Эльвира Набиуллина выступила на заседании Президиума Правительства России с докладом о проекте «Развитие малого и среднего предпринимательства», который разработан в целях реализации «Основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации до 2012 года».

Согласно докладу, основная стратегическая задача в развитии малого и среднего предпринимательства в России до 2020 года – приблизиться по основным показателям к экономически развитым странам мира, а именно:

- доля малых и средних компаний в ВВП должна быть не менее 40%;

На федеральном уровне крайне важно лоббировать интересы предприятий – участников выставок при разработке нормативно-правовых актов, регламентирующих поддержку малого и среднего предпринимательства

- доля занятых на этих предприятиях должна быть не менее 50% от занятого в экономике населения.

Для решения этой задачи планируется реализация масштабной программы поддержки малых и средних компаний – от обеспечения доступа к государственному и муниципальному заказу, до расширения услуг бизнес-образования и доступа к офисной и производственной недвижимости и объектам технологической инфраструктуры.

Учено все. Казалось бы. И опять же – ни слова о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Даже намек нет.

При этом министр в том же докладе констатирует: «Как показывает мониторинг «ОПОРЫ РОССИИ» и Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, ключевая проблема малого и среднего предпринимательства сейчас – это спад спроса на продукцию, который отмечает половина респондентов». Выход из положения и реальный шаг поддержки предпринимательства, по мнению министра, заключается в обеспечении доступа малых компаний к государственному и муниципальному заказу.

По словам Эльвиры Набиуллиной следует увеличить более чем в 2 раза (до 35%) доли государственного (муниципального) заказа, заказа естественных монополий и государственных корпораций, размещаемого у субъектов малого и среднего предпринимательства, к 2012

году». Нет сомнений в необходимости таких решений. Работа в этом направлении уже началась.

Но странно, что выставки, как один из самых эффективных и проверенных мировой практикой инструментов решения существующих проблем, даже не рассматриваются. Таким образом, перспективы господдержки участия малого бизнеса в выставках на федеральном уровне пока видятся весьма туманными. Одна надежда – на регионы.

ТЕРЯЕМ РЫНОК...

Игнорирование выставочной деятельности на территории России для Минэкономразвития России стало скорее закономерным, чем исключительным явлением.

Почему так происходит? Быть может, для государства продвижение продукции малых и средних российских предприятий на российский рынок не имеет большого значения?

Негативные последствия этого шага трудно переоценить. По существу, из Центра дан ясный сигнал: такая деятельность в условиях кризиса – не приоритетна, финансироваться из федерального бюджета не будет, стало быть, поддерживать ее на региональном уровне не следует.

Весьма опасный сигнал. С трудно прогнозируемыми последствиями.



Между тем, именно в условиях кризиса выставки становятся еще более важным, еще более востребованным инструментом развития бизнеса тысяч отдельных компаний – малых, средних, инновационных, вновь созданных – всех!

В то время как из-за кризиса представители отечественного бизнеса зачастую не могут оплатить участие в российских выставках, зарубежные экспоненты наших крупнейших выставок во многих случаях получают от своих государств финансовую поддержку и в результате завоевывают российский рынок. Об этой проблеме много говорят на всех заседаниях в Российском Союзе выставок и ярмарок, в ТПП РФ.

Нет сомнения, что компенсация выставочных расходов отечественных экспонентов при участии в российских выставках способствовала бы обеспечению конкурентоспособности субъектов малого

и среднего предпринимательства на российском рынке.

Впереди – разработка Правил и Порядка конкурсного отбора регионов для субсидирования и поддержки малого и среднего бизнеса в 2010 году. Какими будут эти документы? Неужели такими же?

ПОКА НЕ ПОЗДНО

По информации, полученной из Минономразвития России, нормативно-правовые акты, составляющие Федеральную программу поддержки малого и среднего предпринимательства 2010 года, будут утверждаться после принятия федерального закона о бюджете, т.е. в начале года.

Функции «по поддержке экспорта промышленной продукции, обеспечения доступа на рынки товаров и услуг, выставочной и ярмарочной деятельности...» в соответствии с административной реформой, прошедшей полтора года назад, отнесены к сфере деятельности Минпромторга России.

Очевидно, что сегодня представители этого министерства должны принимать самое непосредственное участие в решении вопросов содействия продвижению товаров и услуг на российский и зарубежный рынки.

Однако на деле принятый в начале октября Приказ № 900 Минпромторга России, регламентирующий порядок участия министерства в организации выставок, ярмарок, конгрессов, конференций, семинаров и других мероприятий «в установленной сфере деятельности Минпромторга России на территории Российской Федерации и за рубежом», представляет собой стандартное положение о патронате выставок, практически ничем не отличающееся от аналогичных документов других министерств.

В соответствии с приказом утвержден «Сводный план участия Минпромторга России в выставочных и конгрессных мероприятиях, проводимых на территории Российской Федерации и за рубежом в 2009 году», в который включены 49 мероприятий из более чем полутора тысяч выставок, проводимых в России.

Единственным вопросом повестки дня изредка собирающейся Межведомственной комиссии по выставочной деятельности при Минпромторге России является согласование «Перечня выставок за рубежом, на которых организуется единая российская экспозиция с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета».

Выставки внутри России находятся вне сферы интересов наших министерств.

ЧТО ДЕЛАТЬ?

В регионах необходимо обеспечить включение в программы поддержки малого и среднего бизнеса мероприятий, направленных на продвижение их продукции на внутреннем рынке, в том числе – компенсацию выставочных расходов. Задача региональных торгово-промышленных палат – всеми силами способствовать этому.

На федеральном уровне крайне важно лоббировать интересы предприятий – участников выставок при разработке нормативно-правовых актов, регламентирующих поддержку малого и среднего предпринимательства.

Светлана ИВАНОВА
Александр БЕЛЯНОВСКИЙ



Какие предприятия относятся к малому и среднему бизнесу?

Официально

Из Федерального закона № 209-ФЗ

«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации от 24.07.2007

(с изменениями от 18 октября 2007 г., 22, 23 июля 2008 г.)

Статья 4. Категории субъектов малого и среднего предпринимательства

1. К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее – индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

1) для юридических лиц – суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия – до пятнадцати человек;

3) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 г. N 556 г. «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»

В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Установить предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- микропредприятия – 60 млн. рублей;
- малые предприятия – 400 млн. рублей;
- средние предприятия – 1000 млн. рублей.

2. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования и распространяется на правоотношения, возникшие с 1 января 2008 г.

Председатель Правительства
Российской Федерации
В. ПУТИН