

Выставочно-конгрессная деятельность: отрасль или инфраструктура?

Реплика

Один из основных вопросов повестки дня круглого стола в Совете Федерации включает обсуждение Концепции и Стратегии развития выставочно-конгрессной и ярмарочной деятельности в России, а также – проекта выставочного закона.

Безусловно, и концепция, и стратегия развития, и другие акты институционализации выставочной деятельности в России через законодательство, через нормативные и распорядительные документы федерального и регионального уровня, – процесс необходимый.

Вопрос, по большому счету, не только в качестве самих этих документов, а в тех ожиданиях, которые каждый раз выставочное сообщество связывает с ними. Мы каждый раз с воодушевлением принимали очередную концепцию, и затем разочаровывались, видя результат...

И сейчас выставочная деятельность находится в очень сложной ситуации: идет переформатирование ее для решения актуальных задач, стоящих перед отечественным бизнесом и промышленностью, регионами – причем в очень непростой экономической обстановке.

Реальный интерес к столь громоздкому и универсальному инструменту развития как выставки возникает там, где бизнес и государство ориентируются на относительно длинные циклы. И этот интерес будет расти по мере того, как промышленная политика, ее федеральные и региональные проекты будут обретать все более зримые черты, а руководство субъектов федерации – понимание, что именно на их уровне, в конечном счете, решается вопрос сбалансированного устойчивого развития и повышения качества жизни населения, а значит, и судьба России в обозримом будущем.

К чему это я? А все очень просто. В наших рассуждениях мы продолжаем исходить из того, что выставочная и конгрессная деятельность – некие самостоятельные отрасли. Со всеми соответствующими атрибутами: «производством», субъектами и объектами, объемами, экономическим эффектом. В результате мы оказываемся на периферии общественного и отраслевого внимания.

Вот металлургия – это отрасль! Энергетика, сельское хозяйство, строительство... Там – занятость, обороты, налоги, а тут – какие-то жалкие нескольких сотнях миллионов долларов оборота, налогов – «с гулькин нос».

Конечно, можно говорить о мультипликационном эффекте, но это – какая-то виртуальная история. Выставочники

давно уже друг друга в этом убедили. Теперь надо активнее убеждать других, настоящих интересантов выставочной деятельности: руководителей министерств и ведомств (а не только профильного департамента Минпромторга России), субъектов федерации, предпринимательских и отраслевых объединений, а также – разработчиков и исполнителей кластерных и других государственных программ, мэров городов.

Но это – совершенно другая история и другие документы. Мы должны увидеть себя среди инструментов реализации отраслевой, региональной, кластерной, любой социально-экономической, промышленной и инвестиционной политики, среди инструментов продвижения – отдельными главами, разделами, строками бюджетов.

Повторю еще раз: сама по себе выставочная деятельность, условно говоря, в масштабах экономики страны, ничтожна. Это очень маленькая сфера бизнеса с очень маленькими деньгами, которые в ней крутятся, – сравните, к примеру, с рекламным бизнесом или любой отраслью промышленности.

Поэтому ясно, что мы – инструмент. И главный вопрос нашего обсуждения должен быть: как мы способствуем развитию, условно говоря, химической промышленности, сельского хозяйства или авиастроения, а вовсе не обсуждение вопроса, что такое выставочная деятельность как таковая. Для многих людей такой подход непонятен, и точно – неконструктивен.

Развития выставочной деятельности в целом НЕ БЫВАЕТ!

Этот процесс связан либо с решением региональных вопросов (регионы, развивающие выставочную деятельность, решают какие-то свои вопросы), либо – через отраслевой аспект.

Все остальное – это вещи вторичные, третичные и четвертичные.

Если химическая отрасль поймет, что выставочная деятельность способствует ее развитию, то она, в лице своих предприятий, будет вкладываться в развитие профильных выставок, и с этой целью будут созданы некие межведомственные программы.

А если выставка не нужна, условно говоря, той же химической отрасли, и не нужна региону, то зачем он вообще нужна?

Мы отрываем обсуждение этой важной темы как от контекста развития отраслей и регионов, так и от задач, высказание которых связано с пониманием нашей роли как инфраструктуры.



Игорь ФИЛОНЕНКО
генеральный директор компании
«Защита-ЭКСПО»

При таком подходе иначе нужно ставить и вопросы строительства выставочно-конгрессных центров. Если выставки – инфраструктурные объекты (а это именно так), то строительство их целесообразно реализовывать с полным или частичным финансовым участием государства, возможно, в рамках региональных Общественно-политических центров. Ведь строит государство дороги, больницы, физкультурно-оздоровительные комплексы.

Тогда понятно, как работает мультипликатор: вложения в развитие инфраструктуры не предусматривают прямые дивиденды здесь и сейчас.

Речь идет о других показателях, реализуемых комплексом мер, где выставки – составная часть. Это – рост деловой (да и общественной) активности в регионе и отрасли, инвестиционная привлекательность, другие трудно считаемые, но понятные преимуществам.

Так вот, с моей точки зрения, эти субъекты (правительство, регионы, отрасли, предприятия) в меньшей степени вовлечены в процессы институционализации и форматирования выставочной деятельности, чем должны быть. И происходит это, в том числе, потому, что они не видят в нашей так называемой отрасли, в нашей деятельности того, что видим мы.

И, на мой взгляд, для начала нужно убедить их в том, что выставки им нужны, вовлечь их в наши дискуссии. Пока что они вовлекаются не очень сильно.

Мы видим, что активность проявляет профильный департамент Минпромторга России, курирующий выставочно-ярмарочную деятельность, и, в какой-то степени, департамент легкой промышленности, остальные департаменты достаточно пассивны, как и Минсельхоз России, другие ведомства, которые поддерживают по три – четыре собственных проекта.

Более того, федеральный центр стремительно сокращает имеющуюся у него «выставочную» компетенцию. Ситуация с передачей 70% акций ГАО ВВЦ из федеральной собственности Правительству Москвы, причем без каких-либо дискуссий и обсуждений, еще раз подтверждает тот факт, что крупнейший комплекс, который является и выставочным тоже, не интересен Правительству России.

Будет ли ВВЦ интересен как выставочный комплекс Правительству Москвы? Готовы ли другие регионы с привлечением ресурсов и средств участвовать в строительстве и обустройстве выставочных площадок?

Как сделать так, чтобы регионы обратили на нас более пристальное и предметное внимание? Решение этого вопроса куда как более важно, чем очередное обсуждение закона о выставочной деятельности – при всем моем уважении к этому процессу.

Конечно, мы можем сами подталкивать и пропагандировать выставочную

Нужно иначе ставить вопросы строительства выставочно-конгрессных центров. Если выставки – инфраструктурные объекты (а это именно так), то строительство их целесообразно реализовывать с полным или частичным финансовым участием государства, возможно, в рамках региональных Общественно-политических центров. Ведь строит государство дороги, больницы, физкультурно-оздоровительные комплексы.

Вложения в развитие инфраструктуры не предусматривают прямые дивиденды здесь и сейчас. Речь идет о других показателях, реализуемых комплексом мер, где выставки – составная часть. Это – рост деловой (да и общественной) активности в регионе и отрасли, инвестиционная привлекательность, другие трудно считающиеся, но понятные преимущества

деятельность, но настоящий ренессанс связан с позицией трех уровней интеграторов – регионов, отраслей и правительства в лице его промышленного и экономического блока.

Это и есть главная повестка дня на сегодня. Нам надо выплескиваться в поисках союзников, подрядчиков, партнеров за пределы самими же нами очерченного поля нашей «недоотрасли».

Сегодня активно обсуждается введение новой контрактной системы. Чего ждать? Главный вопрос – не в самом законе, а в нормативных документах и чистоте подхода к тем или иным ситуациям. И что придумают структуры, которые привыкли использовать тендеры в своих целях, – тоже неясно.

Очевидно, что нынешние тенденции не устраивают всех. Прежде всего,

участников – своей несправедливостью (иногда – в кавычках, иногда – по существу).

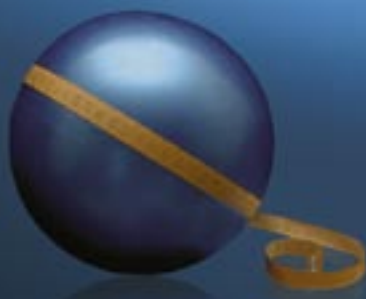
Не устраивают они, по большому счету, и самих организаторов.

Сегодня ясно одно: нынешняя система поддержки российских экспозиций за рубежом существовать не может, она себя в значительной степени дискредитировала.

Главное – в существующем виде она не может быть проводником своей единственной формальной задачи – поддержки развития экспорта!

Пока главное в этой сфере – формальный процесс организации экспозиций, но никак не их результат. К пуговицам претензии есть? Вот и хорошо – до свидания! А костюмчик у нас еще пока не всегда получается.

Ваше конкурентное преимущество



Аудит выставок, проводимый по международным правилам

+7 (495) 925 04 33, 925 04 32
www.auditexpo.ru, info@auditexpo.ru