

Коллективные экспозиции регионов – как их готовят? И на что уходят деньги?

КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС – ЭФФЕКТИВНОСТЬ УЧАСТИЯ

Понимаем ли мы, на что и как расходуются выделяемые из бюджета средства? – спросил в начале своего выступления вице-президент Вятской ТПП **Андрей УСЕНКО**, и сам же ответил, – да, понимаем. А знают ли это те, кто выделяет деньги? Вот здесь и возникают вопросы.

Чем руководствуются представители органов власти при определении мероприятий для организации коллективных экспозиций? Почему одни выставки выбирают, а от других отказываются? Как определяют необходимые суммы? Вряд ли их кто-то точно подсчитывает.

Ключевая проблема заключается не в количестве видов помощи и не в достаточности выделяемых средств, а в эффективности участия в этих мероприятиях. Чтобы судить об этом, нужно разработать методику оценки эффективности. В противном случае любые попытки создать или улучшить систему поддержки выставочной деятельности на всех уровнях (муниципальном, региональном, федеральном) будут строиться не на базе объективных показателей, а на факторе личностных предпочтений и псевдо-государственных интересов.

Андрей Усенко пояснил свои слова на примере Кировской области. Перечень выставок, на которых организуются коллективные экспозиции при поддержке областного правительства, формируется следующим образом.

Отраслевые департаменты направляют свои заявки по участию региона в выставках и запрашивают требуемые объемы финансирования. Кто и как считает – отдельный вопрос. Одни учитывают лишь стоимость аренды площади, другие включают цену застройки, третьи – еще какие-то расходы. Департамент, курирующий подготовку документа, сводит заявки в единый план и пытается их удовлетворить. Понятно, всем денег не хватает.

Что происходит дальше? Руководители департаментов начинают соревноваться: кто успешней пролоббирует «свои» выставки. Многие зависят и от активности федеральных министерств. В итоге две трети средств областного бюджета, выделяемых на выставки, тратятся на подготовку коллективных стендов на «Золотой Осени» в Москве и «Зеленой неделе» в Берлине. Исходя из этого, можно предположить, что Кировская область – житница России, что очень далеко от действительности.

Второй аспект проблемы – несовпадение стратегических направлений развития региона с выбором отраслевых выставок, на участие в которых выделяются бюджетные средства.

В Кировской области есть утвержденная стратегия развития до 2020 года. Конечно, она периодически корректируется, но приоритеты заложены четкие: промышленный комплекс, строительство, ряд других отраслей. Казалось бы, бери перечень лучших отраслевых выставок России и представляй на них региональные стенды. Но нет, происходит иначе: приоритеты развития есть, но мероприятия выбираются по другим критериям.

АВРАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ: ВЕЛИКА ЛИ БЕДА?

Порой, несмотря на принятые планы, возникает ситуация формирования региональных экспозиций на ранее непредусмотренных выставках за 2-3 месяца, а то и за меньший срок. О каком качестве и эффективности в таком случае может идти речь?

Говоря о принципах выбора подобных мероприятий, Андрей Усенко использовал и разъяснил термин «псевдо-государственные интересы».

Обычная ситуация: руководство вызывает и ставит задачу презентовать регион на такой-то выставке, поскольку данное мероприятие проходит при высокой официальной поддержке, письмо с приглашением подписано вице-премьером и губернатор уже пообещал участвовать.

В результате снимается финансирование с ранее запланированных мероприятий, которые были подобраны тщательно и объективно. Экспоненты в пожарном порядке мобилизуются в командировки, потому что им сказали: «надо!».

По возвращении выпускается пресс-релиз о несомненном успехе регионального стенда и прорыве в позиционировании региона. И вопрос на этом закрывается. Казалось бы – невелика беда, но негативное воздействие от этого – очень большое. Налицо – дискредитация выставочной деятельности. После таких мероприятий экспоненты потом уже вообще никуда не ездят.

Андрей Усенко привел показательный пример методов работы организаторов таких выставок. В прошлом году на одном из подобных мероприятий Кировская область получила приз за лучший стенд. Привезли его в регион, торжественно доложили губернатору, выпустили несколько платных сюжетов на телевидении и в СМИ. А потом выяснилось: точно такую же награду за лучший стенд региона – один в один – с той же выставки вручили коллегам в Воронеже. И не им одним, наверное.

В рамках работы региональной Комиссии по координации выставочной деятельности Андрей Усенко неоднократно пытался получить информацию об эффективности авральных мероприятий. В ответ ему показывали несколько писем от предприятий, написанных очевидно под диктовку.

Подобные явления будут продолжаться до тех пор, пока не появится общепризнанная методика оценки эффективности участия в выставках. В рамках РСВЯ ведется работа по разработке этого документа. На местах ждут результатов, этот инструмент очень нужен для работы с органами власти.

С таким подходом полностью согласен генеральный директор ООО «Выставочный центр «Вета» при Воронежской ТПП **Илья БЕЛЬТЮКОВ**. Выставки, возникающие в планах за две недели до открытия, – «святое дело», – сказал он. – Перераспределение денег в течение года – обычная практика. Сначала средства планируются выделить на одни проекты, потом начинается перераспределение, все смешивается и комкается, и в конце года уже вообще ничего не ясно – ни с деньгами, ни с подходами, ни с учетом того, что ранее хотели сделать.

К ВОПРОСУ О КВАЛИФИКАЦИИ ЧИНОВНИКОВ...

Илья Бельтюков отметил, что очень серьезной проблемой является низкий уровень профессионализма чиновников, принимающих решения по вопросам, связанным с выставками.

В большинстве случаев для них эта работа является дополнительным обременением, никоим образом несвязанным с их основным видом деятельности, – уверен Андрей Усенко, – кто-то воспринимает ее с энтузиазмом, тогда главное – направить энтузиазм в правильное русло. Для других это – непосильное бремя. Выход из этой ситуации достаточно прост. Надо на общегосударственном уровне признать: формирование региональных экспозиций не является сферой деятельности органов власти. Пусть этим занимаются профессионалы. Правительство области должно формулировать задачи, размещать государственный заказ и получать качественную услугу.

Вопрос недостаточного уровня подготовки чиновников может быть решен либо путем повышения их квалификации, либо – четкого осознания: этим делом должны заниматься другие люди.



Вице-президент Белгородской ТПП – директор «Белэкспоцентра» Людмила БЕЛОГУРОВА, ген. директор ООО «Выставочный центр «Вета» при Воронежской ТПП Илья БЕЛЬТЮКОВ, вице-президент Вятской ТПП Андрей УСЕНКО, ген. директор компании «Русском Ай Ти Системс» Андрей Жуковский