

Выставки – эффективный инструмент модернизации



С.Н. Катырин
Вице-президент ТПП РФ
Председатель Совета директоров
ЗАО «Экспоцентр»

– Как Вы оцениваете деятельность ЦВК «Экспоцентр» в решении задач модернизации российской экономики?

– «Экспоцентр» уже более пяти десятилетий остается ведущей международной выставочной площадкой нашей страны. Это настоящий локомотив российской экспо-индустрии, ресурсы которого постоянно мобилизуются для решения важнейших общегосударственных задач.

В год «Экспоцентр» проводит более 100 выставок – как собственных, так и гостевых. Смотры, организатором которых выступает «Экспоцентр» ежегодно собирают более двух с половиной десятков тысяч экспонентов из ста стран мира, крупнейшие отечественные и международные отраслевые ассоциации. Общее количество посетителей всех выставок и форумов составило в прошлом 2010 году 2 миллиона 150 тысяч человек. Причем по данным официальной статистики специалисты составляют 75-95% посетительской аудитории на любой выставке «Экспоцентра», что демонстрирует высокую результативность работы ЦВК по формированию преимущественно профессиональной аудитории посетителей смотров. Две трети выставок ЦВК сертифицирова-

ны Всемирной ассоциацией выставочной индустрии (UFI), членом которой «Экспоцентр» является с 1975 года. Это факт международного признания нашей выставочной компании и убедительное подтверждение мировых стандартов её работы.

При формировании выставочной программы «Экспоцентра» максимально учитываются потребности приоритетных национальных проектов. Значительная часть программы ориентирована на выставки инновационной направленности. Все они патронируются ТПП РФ, и их доля в последние годы достигла более 20%. Эти показатели намного выше, чем в целом по стране. К числу таких выставок относятся «Связь-Экспокомм», «Фотоника», «Здравоохранение», «Химия», «Металлообработка», «Высокие технологии XXI века» и целый ряд других смотров.

В последние пять лет бурно развивается конгрессное направление деятельности «Экспоцентра». Так, в 2010 году состоялось 628 конгрессных мероприятий, из них 507 прошли в рамках деловой программы выставок и 121 (на 26% больше, чем в 2009 году), как самостоятельные форумы вне выставок. С 2007 по 2010 год количество конгрессных мероприятий увеличилось более чем в 2 раза. Примером наиболее значимых форумов может служить ежегодный конгресс по нанотехнологиям «Роснанотех», где уже традиционным стало присутствие и программное выступление Президента России Д.А. Медведева. Дважды в прошедшем году в конгрессных мероприятиях в «Экспоцентре» принимал участие Председатель Правительства РФ В.В. Путин. Это были 5-й международный форум «Лес и человек» и Международный форум «Чистая вода».

Несомненной заслугой коллектива «Экспоцентра» следует считать скорейшее восстановление после кризиса и непрерывное совершенствование услуг и выставочной программы в це-

лом, в том числе за счёт привлечения в неё перспективных проектов других выставочных операторов. На мой взгляд, секрет успеха «Экспоцентра» заложен именно в стремлении к постоянному обновлению и достижению максимально возможной экономической эффективности. Это позволяет «Экспоцентру» не только быть лидером отрасли, но и строить новые павильоны, реконструировать уже имеющиеся выставочные площади, реализовать смелые планы по возведению крупнейшего международного конгрессного центра и нового огромного выставочного комплекса. «Экспоцентр» – носитель стратегии развития, и тем он ценен для Торгово-промышленной палаты. Тем он ценен для России.

– Что можно сказать о выставочно-ярмарочной деятельности территориальных ТПП по итогам 2010 г.?

– Российская экономика находится в условиях, когда нет альтернативы ее модернизации и переходу к инновационному пути развития. Это касается всех экономических инструментов, в том числе и выставочного бизнеса.

Выставочно-ярмарочная деятельность, как один из важных инструментов активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, способствует привлечению иностранных инвестиций, внедрению высокотехнологичных производств, укреплению экономического потенциала.

В сфере развития выставочно-ярмарочной деятельности ТПП Российской Федерации определила 3-и главных направления:

– формирование цивилизованного рынка выставочных услуг, включая укрепление его нормативно-правовой базы;

– участие организаций системы ТПП РФ в выставочном деле в стране и за рубежом;

– повышение эффективности участия выставочных компаний, отечественных товаропроизводителей и экспортеров в выставочных мероприятиях на территории России и зарубежных государств.

Итоги 2010 года свидетельствуют о том, что задачи, поставленные руководством ТПП РФ по эффективному использованию выставочно-ярма-

рочной деятельности в развитии внутренних и внешних экономических отношений, реализовывались большинством территориальных палат.

Несмотря на то что в условиях экономического кризиса объем выставочных услуг, предоставляемых территориальными ТПП, в 2009 году снизился на 14% относительно 2008 года, эта сфера деятельности остается в структуре услуг, оказываемых палатами, на четвертой позиции по объему поступлений денежных средств.

Свой бюджет за счет выставочно-ярмарочных мероприятий пополняют 89 палат (51 региональная и 38 муниципальных).

Наилучших показателей добились ТПП Краснодарского края, Воронежской области, Москвы, Белгородской области, Республик Мордовия, Башкортостан, Коми, Смоленской, Вятской, Брянской областей, а также Нижневартовска, Тольятти, Сургута, Дмитрова, Сергиева Посада, Нижнего Тагила, Электростали, Мытищ, Воскресенска, Дубны и др.

Всего в течение года территориальные ТПП проводят или участвуют в организации около 700 выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

Статистика показывает, что в ряде федеральных округов территориальные торгово-промышленные палаты, занимающиеся выставочно-ярмарочной деятельностью, составляют почти 90% от общего количества палат региона: ЦФО – 88,9%, ПФО – 85,7%, УФО – 83,3%, СЗФО – 80%.

Важной составляющей в процессе модернизации экономики является развитие выставочно-ярмарочной деятельности на зарубежном направлении. Она рассматривается как эффективный инструмент продвижения отечественных товаров и услуг на мировые рынки, расширения и углубления экономических связей с зарубежными странами.

В зарубежных выставках и ярмарках, в том числе проводящихся с частичным финансированием из федерального и регионального бюджетов, активно участвуют более пятидесяти территориальных ТПП. В первую очередь можно выделить ТПП Пензенской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Ярославской областей, Московскую, Восточно-Сибирскую палаты, ТПП Республики Татарстан, Чувашской Республики.

Достаточно результативными для российских участников стали международные инновационно-технические выставки и ярмарки последних лет в Брно, Ганновере, Пловдиве, Шеньчжэне и др.

Подготовка содержательных деловых программ в рамках ведущих выставок за рубежом последних лет позволила активизировать участие отечественного бизнеса в этих мероприятиях. Это наглядно продемонстрировали и рос-

сийские национальные выставки в Болгарии, Индии, Туркменистане.

Особо хотелось бы выделить территориальные палаты, организующие выставки в странах Содружества Независимых Государств. К их числу относятся Волгоградская, Иркутская, Оренбургская, Самарская, Саратовская, Тюменская, Астраханская, Курганская, Новосибирская, Омская, Южно-Уральская, Алтайская, Белгородская, Брянская, Смоленская, Курская, Псковская ТПП.

Одной из эффективных форм развития сотрудничества с зарубежными странами стали торгово-экономические миссии, организуемые территориальными ТПП и приуроченные к проведению крупных международных выставок за рубежом. Активно занимаются этим направлением работы Пермская, Челябинская, Омская, Волгоградская, Краснодарская, Дмитровская межрайонная ТПП, ТПП Республики Мордовия. Однако потенциал зарубежных деловых миссий, организуемых палатами, далеко не исчерпан. Думаю, этому процессу можно придать большой динамизм, в первую очередь за счет более тесного взаимодействия ТПП РФ и территориальных палат.

Одним словом торгово-промышленные палаты активно осваивают выставочную деятельность в качестве эффективного инструмента продвижения отечественной продукции на внутренний и внешние рынки. Но необходимо работать и в целях диверсификации услуг внутри выставочной деятельности.

– Какой положительный опыт в развитии выставочной деятельности Вы могли бы отметить с точки зрения повышения ее эффективности?

– По итогам экономического кризиса, который естественным образом затронул и выставочную сферу, хотел бы отметить, что многие отечественные выставочные операторы продемонстрировали в этот период способность не только противостоять кризисным явлениям, но и стимулировать своей деятельностью формирование благоприятной рыночной конъюнктуры для отечественных производителей товаров и услуг, включая малый и средний бизнес. Подобные результаты – следствие реализации выставочными компаниями целого комплекса антикризисных мер. Здесь и специальные опции для экспонентов, и внедрение дополнительных выставочных услуг, и насыщение деловых программ выставок значимыми событиями общепромышленного характера и др. Всё это повышает коммерческую отдачу от участия в смотрах, которую бизнес получает в виде новых контрактов, деловых партнеров, заказчиков и рынков сбыта.

В последнее время территориальные палаты совместно с органами местного самоуправления активизи-

ровали процесс формирования нормативных основ регулирования выставочно-ярмарочной деятельности на региональном уровне. При их участии принято более восьмидесяти региональных нормативных актов (законов, постановлений глав администраций, правительств), регламентирующих организацию выставочно-ярмарочной деятельности.

Во многих регионах местные администрации по инициативе территориальных ТПП установили льготы для местных предприятий, участвующих в выставках. Так, в Москве, Санкт-Петербурге, Архангельской и Вологодской областях существуют положения о компенсации части затрат местным товаропроизводителям на их участие в выставочно-ярмарочной деятельности.

Государственный комитет Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму с сентября 2010 года начал рассмотрение заявок от малого предпринимательства по субсидированию на начальной стадии становления бизнеса, в том числе и на «выделение средств из бюджета на погашение части затрат по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях».

В восемнадцати субъектах РФ с участием территориальных ТПП разработаны долгосрочные концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности. Прежде всего, это Республика Башкортостан, Москва, Московская, Вологодская, Костромская, Мурманская, Нижегородская, Ярославская области.

В практику работы вошло регулярное проведение общероссийских конференций – на них рассматриваются текущие проблемы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. В июне прошлого года на базе ЦВК «Экспоцентр» состоялась 3-я Всероссийская конференция «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность и модернизация экономики России». Этот форум дал возможность территориальным ТПП обсудить отраслевые проблемы, пообщаться с потребителями выставочных услуг и выработать концептуальные подходы развития выставочно-конгрессной деятельности.

Территориальные ТПП принимают активное участие в проведении презентаций инвестиционных возможностей российских регионов, организуемых на базе ТПП РФ. За полтора года проведено девять таких презентаций (Республика Алтай, город Сочи, Свердловская область, Алтайский край, Красноярский край, Смоленская область, Камчатский край, Ставропольский край, Республика Хакасия).

Опыт, конечно, необходимо обобщать, анализировать и делать доступным для всех, кто заинтересован в его использовании. Полагаю, что это является одной из приоритетных целей журнала «ЭКСПО Ведомости».