

Главная задача – не сдать внутренний рынок!



Более полутора лет Россия является полноправным членом Всемирной торговой организации. Что изменилось за это время? Как вступление в ВТО повлияло на конкурентоспособность реального сектора российской экономики, и что для решения возникших проблем может сделать выставочное сообщество? Слово – представителям ТПП РФ, отраслевых ассоциаций и выставочных компаний. Приводим мнения и оценки, высказанные на заседаниях профильного Комитета ТПП РФ и «ЭкспоКлуба» в октябре 2013 года. В обсуждении участвуют:

- **Игорь Коротин**, директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ;
- **Сергей Беднов**, генеральный директор ЗАО «Экспоцентр», председатель Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров;
- **Сергей Алексеев**, президент РСВЯ, руководитель Европейского отделения UFI и вице-президент ЗАО «ЭкспоФорум»;
- **Тимур Иртуганов**, вице-президент Союза лесопромышленников и лесопромышленников, генеральный директор ОАО «Центрлесэкспо»;
- **Георгий Самодуров**, президент Российской ассоциации производителей станкоинструментальной продукции «Станкоинструмент»;
- **Андрей Разбродин**, президент Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности, председатель Комитета ТПП РФ

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ЗА ГОД?

Согласно первым официальным итогам, подведенным экономистами Евразийской экономической комиссии, резкого роста импорта из стран дальнего зарубежья в Россию не произошло, – отметил **Сергей Беднов**. – Наибольшее влияние на импорт оказывали не пошлины в рамках ВТО, а курс российской валюты. Ослабление курса рубля к доллару обусловило некоторое снижение объемов импорта за исключением ряда продовольственных товаров.

По мнению **Сергея Алексеева** существенно осложнились проблемы реализации российских товаров на внутреннем рынке, поскольку сняты многие ограничения на импорт зарубежной продукции, в итоге, может существенно снизиться доля отечественной продукции.

С ним согласен **Игорь Коротин**, отметивший, что первый заметный результат года работы в условиях ВТО – резкое обострение конкуренции на отечественных рынках продовольствия. Тем не менее, существенного влияния на экономику страны пока не произошло. Мы не почувствовали ни значительных преимуществ, ни серьезных негативных последствий.

Правительство России утвердило государственную программу развития промышленности и повышения ее конкурентоспособности. Речь идет о стимулировании продвижения товаров на внутренний и зарубежный рынки в условиях снижения таможенно-тарифной защиты.

В то же время, – заявил Игорь Коротин, – не менее важны другие экономические процессы на международном рынке. Успешно действуют Таможенный Союз и Единое экономическое пространство,

которые обеспечивает «четыре свободы»: движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. На этой базе с 1 января 2015 года будет создан Евразийский экономический союз. Объемы торговли России со странами - членами Таможенного Союза нарастают ускоренными темпами: за последний год они увеличились в полтора раза, что существенно превышает показатели роста торгового оборота со странами СНГ и остальным миром. Причины этого явления понятны: отмена пошлин и таможенных платежей, отсутствие необходимости долгого оформления документов – сделано все, о чем мечтали предприниматели. Бизнесу стало легче работать, и он ответил делом. Повысилась конкурентоспособность и усилилось продвижение российских товаров, вырос интерес к выставкам.

Тимур Иртуганов привел данные аналитического отчета компании «Эрнст энд Янг», подготовленного два года назад и посвященного прогнозу развития реального сектора экономики России в краткосрочный период после присоединения к ВТО (с разбивкой по отраслям). Наиболее уязвимыми были названы сельское хозяйство, агропромышленный и лесопромышленный комплексы. Падение промышленного производства в ЛПК в первый год оценивалось в размере примерно 6,5%.

К счастью, столь пессимистический прогноз не оправдывается, хотя проблемы в экономике есть. В некоторых секторах лесопромышленной отрасли имеет место определенное падение производства, в частности, мебелищики об этом говорят, но даже они не связывают это напрямую со вступлением в ВТО. Данные процессы и ранее прогнозировались, причем по другим причинам.

Все мы работаем в тяжелых условиях, но со вступлением России в ВТО они не стали легче или тяжелее. Прибавились дополнительные проблемы, но отделять их от общих проблем отрасли, существовавших ранее или возникающих вне какой-либо связи с ВТО, наверное, не стоит. Одной из главных проблем лесопромышленной отрасли является периодически меняющийся регламент Европейского Союза по экспорту из России продукции переработки древесины (нормативные акты, технические регламенты и пр.).

Остальные проблемы, довлеющие над отраслью, практически те же, что и в других отраслях: слабое кадровое и научное обеспечение, пробелы законодательства и недостаточный уровень государственной поддержки.

Андрей Разбродин в качестве примера рассказал о китайском опыте. В свое время Правительство Китая так подготовилось к работе в рамках ВТО, что сразу после вступления в эту организацию, с первого дня, начало подавать заявки об отмене санкций, мешающих экспорту.

Наша страна находится в этой организации полтора года, но до сих пор не сформировано представительство России в ВТО. В отношении российских товаров действуют около 30 ограничений по различным видам экспорта, но ни одно из них не опротестовано – процесс этот только начал.

Важнейшей проблемой остается контрафакт. Еще пять лет назад процент контрафакта и контрабанды на рынке России от общего объема продаваемой продукции оценивался в 55%, сейчас, по официальной статистике, он снизился до 40% (на самом деле выше). Но даже эта цифра – просто запредельная.

Для текстильной отрасли данное явление имеет самые тяжелые последствия. Рентабельность активов в отрасли находится на уровне 0,8 – 1,2%, а значит, нет базиса для инвестиций и создания новых предприятий. Без господдержки производство становится невыгодным, практически невозможным. Однако государство всеми способами изымает оборотные средства у предприятий, в то время как Китай действует иначе – постоянно пополняет оборотные средства своих предприятий.

КАКОВО ВЛИЯНИЕ ВСТУПЛЕНИЯ ВТО НА ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС?

Развернутый ответ на этот вопрос дал **Сергей Алексеев**. «Безусловно, это влияние чувствуется, – заявил он, – Исполнительная дирекция РСВЯ подготовила отчет о деятельности компаний - членов Союза за 9 месяцев 2013 года. Тенденции совершенно очевидны. В сравнении с тем же периодом прошлого года количество иностранных экспонентов увеличилось на 18% – до 16 518 фирм. При этом число российских участников снизилось на 3% – до 59 630 фирм. С чем связана эта тенденция? Видимо, с участием России в ВТО.

За тот же период произошло значительное увеличение объемов общей арендованной экспонентами площади «нетто» – на 8%, составив 1 254 269 кв.м. Судя по всему, это говорит о том, что иностранные фирмы расширили площади экспозиций. Таким образом, за счет финансовой поддержки своих государств они наращивают присутствие на нашем рынке.

Конечно, эти цифры не просто так появились. Выставочная индустрия была и остается зеркалом экономики. В последние годы у нас наблюдался спад иностранного участия. И вдруг – такой рост. Каковы причины? Возможно, помимо фактора ВТО, это связано с глобальным кризисом, экономическими успехами России, другими причинами. В любом случае данные статистики вызывают определенные вопросы, которые требуют ответа. Конечно, для нас, выставочников, рост числа экспонентов – всегда хорошо, но надо думать не только о себе, но и развитии всей экономики страны.

Как руководитель Европейского отделения UFI я вижу, что интерес к России растет. Неслучайно на очередном конгрессе UFI в Сеуле в ноябре 2013 года мне предложили, и я выступил с докладом о развитии выставочного и конгрессного рынка в России.

Мы уже почувствовали, что, помимо зарубежных операторов, давно и успешно работающих на нашем рынке – ITE, Reed Exhibitions, немецких компаний, сейчас на него собираются выйти и другие крупные международные корпорации.

На заседаниях Исполкома UFI в Париже намечался именно такой тренд: если раньше основная повестка дня заседаний касалась лоббирования налоговых льгот в структурах Евросоюза, создания альянса с другими выставочными ассоциациями и схожих вопросов, то сейчас европейцы смотрят на наш рынок. Они еще побаиваются, у них есть определенные страхи, но, тем не менее, интерес намечается, и это чувствуется даже по контактам.

В то же время вступление России в ВТО – это хороший шанс развития для выставочной индустрии, – уверен Сергей Алексеев, – Практика показала, насколько сложно было организовать российские экспозиции за рубежом с целью продвижения отечественной продукции на мировые рынки. В частности, и Евросоюз, и США ввели определенные таможенные ограничения. В условиях ВТО мы можем легче преодолевать эти барьеры. Конечно, для этого нужно грамотно использовать открывающиеся возможности.

Главное – плюсы от вступления в ВТО должны видеть не только иностранные выставочные компании, захватывающие российский рынок, и, мягко говоря, не очень то заинтересованные в продвижении наших российских товаров. Вместе, общими усилиями, необходимо выработать рекомендации, которые позволят не только остановить, но и повернуть вспять этот процесс.

ЧТО ВПЕРЕДИ? КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ РОЛЬ ГОСУДАРСТВА?

По мнению **Игоря Коротина**, работа по правилам ВТО требует укрепления конкурентоспособности всей российской экономики, а значит – совершенствования механизмов государственного

регулирования, гармонизации транспортно-логистической инфраструктуры, наращивания экспортного потенциала, внедрения высокоэффективных ресурсосберегающих технологий, современных кредитных и страховых инструментов.

Сергей Беднов привел оценки аналитиков, прогнозирующих спад производства в ряде базовых отраслей, таких как легкая промышленность, машиностроение, агропромышленный сектор, стройиндустрия. Чем дольше Россия живет в условиях ВТО, тем сложнее складывается ситуация для некоторых наших производителей – сказал он.

Конечно, выделение прямых субсидий бизнесу и субсидирование экспорта правилами ВТО запрещено или ограничено. Но в качестве нетарифного инструмента торговой политики допускается поддержка экспортоориентированных производств и субсидирование выставочной деятельности. Этим инструментом активно пользуются промышленно развитые страны. Они субсидируют выставочную деятельность и продвигают национальный экспорт на выставках по всему миру. Так действуют Германия и Италия под брендами «Made in Germany» и «Made in Italy», другие страны Европы. Так действует Таиланд, – один из мировых лидеров индустрии деловых встреч в рамках масштабной инсентив-программы «Believe in Thailand» («Поверь в Таиланд»).

Формы поддержки разные – от возмещения стоимости аренды площади и расходов на рекламу экспонентам, до оплаты транспортных издержек и проживания в гостиницах.

Повышение конкурентоспособности реального сектора экономики и целенаправленная государственная поддержка национального экспорта сегодня напрямую связаны с активизацией и поддержкой выставочной деятельности малого и среднего бизнеса. Но поддержка эта должна быть целевой. Направлять ее нужно на продвижение перспективных видов продукции, обладающей конкурентными преимуществами и адресовать конкретным предприятиям-производителям.

К сожалению, на поддержку выставочной деятельности предприятий в России тратятся средства на порядок меньше, чем, например, в Германии, где на это ежегодно ассигнуется до 40 млн. евро. Очевидно, что в условиях ВТО практика финансирования выставочной деятельности российских производителей должна быть пересмотрена.

В ряде регионов имеются программы компенсации выставочных расходов предприятий, но опыт показывает, что далеко не все предприятия знают о такой возможности. Необходимо усилить информационно-разъяснительную работу среди предпринимателей о порядке и механизме получения таких субсидий, как это делается в Москве. Одновременно, следует разработать программы развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в тех регионах, где их пока нет. Если ситуация не изменится, скоро мы вообще не увидим наших производителей на своих выставках.

Необходимо также изменить подход к выбору выставок, финансируемых из бюджета. Отбирать их нужно с учетом

знания рыночной конъюнктуры и перспектив продвижения региональной продукции. Важными критериями отбора выставок должны стать их географическая, тематическая и отраслевая классификация, международный статус, брендоспособность и статистика, подтвержденная аудитом.

Учитывая, что в России проводится достаточно много крупных международных выставок, привлекающих участников со всего мира, представляется важным стимуляция участия наших предприятий в этих мероприятиях. С точки зрения защиты российского производства в условиях присоединения к ВТО это способствовало бы продвижению на рынок лучших отечественных товаров (что нередко выгоднее, чем их экспорт), создавало бы конкуренцию аналогичной зарубежной продукции и ставило препятствие для неконтролируемой экспансии импорта.

Пока же на наших выставках мы видим засилье импорта, особенно китайского, и достаточно мало наших производителей. Почему? В регионах делают много хорошей продукции, но многие из производителей просто не могут привезти ее на выставку – не хватает средств, особенно, когда речь идет о малом бизнесе.

С таким подходом полностью согласен **Сергей Алексеев**. Правительства многих стран Европы и Юго-Восточной Азии, прежде всего, Китая, активно финансируют участие своих компаний в наших выставках с целью усиления экономического влияния в России, – отметил он. – Все эти процессы надо не только объективно оценивать. Главное – бороться за то, чтобы российские предприятия на равных соревновались с иностранцами на выставках в Москве, Петербурге и регионах.

Российское государство должно вкладываться в продвижение отечественных товаров на внутреннем рынке, принимать эффективные программы организационной и финансовой поддержки участия предприятий в выставках. Данный подход должен найти воплощение в нормативно-правовых документах, которые будут разрабатываться после утверждения Концепции развития выставочно-конгрессной деятельности в РФ.

Нет сомнений, что нам нужен федеральный «выставочный» закон, в котором было бы четко сказано: есть такой предмет ведения – «выставочные услуги». Пока же, когда начинаешь обсуждать этот вопрос с юристами, они говорят: извините, в российских законах вообще не прописан такой предмет финансирования, как поддержка выставок и конгрессов. Нет этого юридически. В итоге, каждый этим занимается на свой страх и риск.

Перед Россией стоит очень сложная задача – ни в коем случае не сдать свой внутренний рынок! В соответствии с правилами ВТО государству не запрещается тратить деньги на продвижение своих товаров на внутреннем рынке. И эту возможность надо использовать в полной мере.

Андрей Разбродин привел следующие прогнозные оценки. В сфере текстильной и легкой промышленности потери бюджета от вступления в ВТО в 2015 - 2016 гг. составят порядка 1,3 миллиарда долларов – речь идет о прямом снижении объема таможенных пошлин и потерях НДС.

Соответственно, иностранные компании, получив эти деньги, смогут снижать цены, демпинговать и занимать наш рынок.

Сегодня в текстильной и легкой промышленности российские предприятия занимают 25% рынка, – сказал он. – В условиях, когда отрасль была брошена, и ею вообще никто не занимался, она вышла и продолжает развиваться. Задача государства – всячески и всеми разрешенными способами, ей помогать.

Георгий Самодуров привел в пример состояние отрасли станкостроения, которая, по его словам, работает в условиях ВТО с 2009 года – с того момента, когда практически по всем товарным кодам ВЭД пошлины на продукцию станкостроения были обнулены или оставлены на минимальном уровне. В итоге, российский рынок был открыт для импорта. Однако это практически никаким образом не сказалось на потреблении металлообрабатывающего оборудования, поскольку внутренний рынок обеспечил востребованность отечественной продукции.

Главное другое – добиваться создания локомотивов развития экономики. Характерный пример: программа перевооружения российской армии, ставшая настоящим локомотивом, который тянет за собой технологическое обновление предприятий оборонно-промышленного комплекса, а это – колоссальный внутренний рынок для предприятий станкостроения.

Безусловно, ключевое значение здесь имеет Постановление Правительства России № 56, которое ввело прямое ограничение – запрет на поставки зарубежной машиностроительной продукции для предприятий, работающих на нужды обороны страны и безопасности государства, при наличии российского аналога. Тем же документом утверждена программа развития станкоинструментальной отрасли России на период до 2016 года. Впервые на создание современной наукоемкой продукции отечественного станкостроения выделено 26 миллиардов рублей. В итоге создан мощный механизм поддержки внутреннего производителя и развития внутреннего рынка, и все это делается в условиях ВТО.

Тимур Иртуганов затронул тему государственной поддержки участия российских предприятий в выставках за рубежом. Хорошо, что правила ВТО не запрещают финансовую поддержку участия отечественных производителей в зарубежных выставках, – заявил он, – но механизм этот работает далеко не в полную силу.

Раз в два года в Ганновере проходит крупнейшая выставка по тематике деревообработки LIGNA. Много лет назад государственные дотации на организацию российской экспозиции на этой выставке выделялись. Потом, в течение многих лет, необходимая поддержка отсутствует, и никакие письма отраслевой ассоциации не способны изменить ситуацию. Пока ситуация не изменится и отбор зарубежных выставок не будет основан на системной основе, о чем можно говорить?

Хорошо, что вступление в ВТО пока не привело к значимым негативным последствиям в лесопромышленной отрасли, однако и возможности ВТО, прежде всего, в части господдержки участия отече-

ственных экспонентов выставках внутри страны и за рубежом, пока не используются в нужной мере. Изменить ситуацию – наша общая задача.

ЧТО ПО СИЛАМ ВЫСТАВОЧНОМУ СООБЩЕСТВУ?

Очень многое, – уверен **Сергей Алексеев**. – Перед организаторами стоят масштабные задачи. Прежде всего, речь идет о содействии продвижению отечественных товаров на внутреннем рынке. Особое внимание следует уделить поддержке предприятий малого и среднего бизнеса, основных участников выставок.

Сейчас в выставочной индустрии появилось немало новых маркетинговых и информационных инструментов для решения этой задачи. Речь идет о видеоконференциях, использовании социальных сетей, Интернета, возможностей информационных технологий, создании «электронных бирж».

Надо активней работать с отраслевыми ассоциациями. Сейчас в РСВЯ поступило предложение подготовить сводный план проведения специализированных выставок, утвержденный совместно РСВЯ и отраслевыми ассоциациями. Возможно, это поможет предприятиям выбирать для участия лишь качественные проекты.

Следующая задача: более широкое использование возможностей ВТО для помощи российским экспонентам выставок за рубежом. Речь идет о таможенном оформлении грузов, рекламных и PR-компаниях, помощи в выборе стран, наиболее перспективных с точки зрения продвижения наших товаров. Здесь нужно активней использовать возможности ТПП РФ и РСВЯ. С помощью экспертов, хорошо знакомых со спецификой ВТО, необходимо подготовить конкретные рекомендации для выставочных компаний. Документ должен отвечать на два главных вопроса:

- Какие привилегии и возможности дает участие страны в ВТО при подготовке выставок внутри страны и за рубежом?

- Что надо сделать российским организаторам для защиты интересов отечественных производителей здесь, в России? Как не отдать внутренний рынок иностранцам?

У РСВЯ на этот счет есть свои предложения. Возможно, следует проводить регулярные исследования конкурентоспособности российских отраслей, технологий и товаров с тем, чтобы рекомендовать для участия в выставках самую лучшую продукцию.

Впоследствии необходимо подготовить конкретные рекомендации по эффективному использованию инструментов ВТО не только для организаторов выставок, но и конкретных товаропроизводителей и торгово-промышленных палат.

Игорь Коротин уверен, что главная задача выставочного сообщества в условиях усиления конкуренции с иностранными фирмами и ограничения инструментария защиты российских производителей – выявлять товары, технологии и услуги, которые можно успешно продемонстрировать на выставках и впоследствии продвигать на российский и международный рынок.

Организаторы выставок при поддержке государства, торгово-промышленных

палат и отраслевых ассоциаций должны реально помогать укреплению конкурентоспособности и продвижению отечественных товаров и услуг. Одно из главных направлений этой работы – проведение выставок в тех отраслях и по тем направлениям, развитие которых в наибольшей степени влияет на повышение конкурентоспособности российской промышленности. При этом нужно координировать свои действия с принятой Правительством «Программой развития внешнеэкономической деятельности» («дорожная карта» поддержки экспорта).

На региональном уровне выставки должны раскрывать конкурентный потенциал территорий, расширять доступ к инновациям, технологиям, ноу-хау, специализированным услугам, совместным проектам (экспозиции и деловая программа призваны дополнять друг друга).

Разумеется, и сами выставочные услуги должны быть конкурентоспособными, отвечать международным стандартам качества.

Выставочный бизнес был и остается одним из ключевых двигателей развития промышленности. Сегодня, в условиях ВТО, его роль усилилась, «двигатель» должен наращивать обороты, случится ли это на практике, зависит от всех нас.

Для **Андрея Разбродина** главная проблема выставочной деятельности – наличие большого объема контрафактной продукции легкой и текстильной промышленности на российских выставках. Мало того, что её завозят, так еще и открыто рекламируют! Необходимо добиться того, чтобы на выставках ее не было.

Тимур Иртуганов считает, что в последние годы ситуация на российском выставочном рынке меняется не в пользу отечественных экспонентов. Зачастую для иностранцев, получающих компенсации от своих правительств, участие в наших выставках более выгодно, чем для российских компаний. С удивительным фактом пришлось столкнуться на выставке «Лесдревмаш»: наши производители ушли на стенды к своим иностранным партнерам, видимо, так выгодней. Подобную тенденцию надо как-то переломить.

Важнейший вопрос – взаимодействие выставочных организаций и отраслевых союзов. Довольно часто они находятся на разных позициях. Так, по данным РСВЯ в течение первых девяти месяцев 2013 года рост количества участников российских выставок шел исключительно за счет иностранцев. Для выставочных центров это – безусловный плюс. Но для нас, тех, кто представляет российских производителей, этот плюс отсутствует. Конечно, в целом, мы – союзники, а значит, нам постоянно надо искать пути взаимодействия.

Россия больше года работает по правилам ВТО. Обратного пути нет. Значит, надо по максимуму использовать возможности этой организации, одновременно защищая отечественного производителя всеми разрешенными способами, прежде всего, через финансовую поддержку участия в выставках – с этим утверждением согласны все специалисты. Осталось «лишь» убедить в этом Государство и конвертировать общее согласие в конкретные дела.