

Выставочный потенциал Северо-Западного федерального округа

Выставок проводится много, но современной выставочной инфраструктуры на Северо-Западе России, за исключением Санкт-Петербурга, нет практически нигде



Игорь БЫЧКОВ
генеральный директор
ООО «РЕСТЭК УРАЛ»,
исполнительный директор
НП «Центр сотрудничества по
подготовке и реализации меж-
региональных, приграничных и
международных программ»,
кандидат экономических наук,
председатель учебно-методи-
ческого комитета РСВЯ

Одной из основных проблем, затрудняющих развитие выставочно-ярмарочной деятельности в России, является нехватка современных выставочных площадей в регионах. При этом прослеживается и противоположная тенденция: переизбыток выставочных площадей в центре страны, Москве и Санкт-Петербурге, что порой приводит к жесткой конкуренции между площадками и организаторами выставок.

Данные тенденции можно объяснить отсутствием перспективных планов развития регионов, профессионального анализа региональных выставочных рынков и аналитических исследований по этому вопросу.

В связи с этим специалисты группы компаний «РЕСТЭК» провели анализ выставочных площадок Северо-Западного региона России (Санкт-Петербург, Калининград, Мурманск, Архангельск, Карелия, Республика Коми, Вологда, Великий Новгород и Псков).

Исследовались параметры:
– специализированный выставочный комплекс или нет;

– объем экспозиционных площадей;
– место расположения;
– количество проводимых мероприятий.

Особый интерес этому исследованию придает тот факт, что большая часть выставочных компаний, работающих в Северо-Западном федеральном округе, не входит в РСВЯ, и информации об их деятельности даже в открытых источниках достаточно мало.

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ. ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Исторически округ является промышленно-ориентированной территорией с развитой инфраструктурой и преобладанием обрабатывающих отраслей (химического производства, металлургии, деревообработки и пр.). В сочетании с наличием мощной минерально-сырьевой базы это формирует инвестиционный потенциал округа и определяет его важное конкурентное преимущество.

На долю трех базовых отраслей (обрабатывающие производства; добыча полезных ископаемых; производство, распределение электроэнергии, газа и воды) приходится 33,2% валового регионального продукта округа (в целом по России – 31%).

Здесь добываются практически все виды топливно-энергетических полезных ископаемых: уголь, нефть, газ, горючие сланцы. Кроме того, тут же находятся крупнейшие предприятия по добыче апатита, железной руды, меди и никеля.

Значительным конкурентным преимуществом региона является также выгодное географическое положение и выход к морю, что способствует развитию внешнеэкономических связей. К тому же он обладает довольно высоким туристическим потенциалом.

Северо-Западный федеральный округ является одним из наиболее значимых в экономическом отношении регионов России. Так, он занимает третье место по объему отгруженных товаров собственного производства после Центрального и Приволжского округов. Еще большую роль регион играет во внешнеэкономической деятельности, уступая лишь Центральному округу по объемам внешнеэкономического оборота и размерам привлеченных инвестиций.

По доле промышленности в общей структуре экономики регион находится на четвертом месте в России после Уральского, Приволжского и Сибирского округов.

КАКИЕ КОМПЛЕКСЫ НУЖНЫ РЕГИОНАМ?

Итоги исследования показывают, что современная выставочная инфраструктура в областных и республиканских центрах Северо-Запада России, не считая, разумеется, северной столицы, отсутствует практически полностью.

Где проходят торгово-промышленные выставки в этом регионе? Вот лишь несколько примеров.

Петрозаводск, Республика Карелия. Здесь используются Дворец творчества детей и юношества, развлекательный центр «Калейдоскоп», Государственная филармония, Государственный театр, территория местного университета.

Мурманск – крупнейший в мире город за Полярным кругом. Регион, где базируется атомный флот и имеется развитая экономика, прежде всего, в сфере добычи полезных ископаемых и рыболовства. Здесь работает выставочная компания «МурманскЭКСПОцентр». Выставки проходят на неспециализированной площадке – в Ледовом Дворце в центре города. Конечно, это обеспечивает хорошую транспортную доступность, но, скажем прямо, дворец этот не очень новый, и уж очень «ледовый».

В **Пскове** для организации выставок используются такие необычные места, как Ботанический сад, городские набережные и Ледовый Дворец. Псковичи проводят выставки также и во втором по величине городе Псковской области – Великие Луки, но опять же – в Доме Культуры.

Великий Новгород. Здесь 700 кв. м в здании Новгородской ТПП позиционируются как выставочный комплекс, а также используются такие площадки как Центр «Диалог», ТЦ «Диез», Ледовый Дворец.

Республика Коми. Мероприятия проходят в Центре Международной Торговли (Сыктывкар, в здании ТПП), городском дворце культуры (Ухта).

Архангельск. Используется Дворец спорта профсоюзов.

Вологда. Имеется выставочный комплекс компании «Русский Дом».

Калининград. Используются выставочные павильоны «Балтик Экспо».

В целом, если учитывать все специализированные (и «условно специализированные») площадки, мы насчитали 47 600 кв.м.

Если к этому добавит неспециализированные площадки (не считая совсем непригодные – Ботанический сад, набережные и десять гектаров леса Петрозаводского Государственного университета) получится еще 39 800 кв.м.

Таким образом, общая площадь помещений, которая используется в Северо-Западном федеральном округе для проведения выставок в специализированных комплексах, Дворцах культуры, Ледовых Дворцах, помещениях ТПП, на стадионах и других местах составляет 87 400 кв.м.

Много это или мало? Чтобы ответить на этот вопрос, воспользуемся рекомендациями Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), которая советует рассчитывать необходимую региону площадь местного выставочного центра по формуле: 0,5 кв.м. на миллион долларов США валового регионального продукта.

Исходя из этого норматива, оказывается, что Санкт-Петербургу должно хватить 32 800 кв.м. И это – реальная цифра, еще два – три года назад выставочный комплекс «Ленэкспо» был загружен на 36% (по данным владельцев площадки, по расчетам «РЕСТЭК» – на 28%).

Карелии необходимо 2300 кв. м (при наличии «условных» 2400 кв.м). Республике Коми требуется 6900 кв. м (впрочем, понятно, что в этом сырьевом регионе такие площади вряд ли будут востребованы). Архангельску нужно 7000 кв. м, Вологде – 5000 кв. м (там есть специализированный комплекс выставочной компании «Русский Дом» площадью 2500 кв. м), Калининграду – 3700 кв. м (имеется 5000 кв. м павильонов из быстрозводимых конструкций), Мурманску – 4100 кв. м (и не Ледового Дворца, поскольку на мурманские выставки приезжает довольно много соседей – иностранцев, норвежцев и финнов), Великому Новгороду – 2400 кв. м, Пскову – 1600 кв. м.

Всего, если исходить из этой формулы, в Северо-Западном федеральном округе нужно иметь 65 800 кв. м выставочных площадей.

Конечно, данный расчет не может служить основой для принятия решения о создании нового комплекса.

Для этого, прежде всего, надо понять, какие мероприятия на новой площадке будут проводиться, насколько ее можно загрузить, и кто будет управлять выставочным комплексом?

Однако, даже возможное решение этих вопросов не означает, что региональные власти выделят средства на строительство комплексов со всей

необходимой инфраструктурой, а в регионе найдутся специализированные конструкторские бюро, профессиональные проектные и строительные организации.

Конечно, можно обратиться к иностранным специалистам, однако, как известно, порой это лишь значительно удорожает проекты, к тому же недостаточное знание «варягами» местных особенностей и рынков может привести к нежелательным результатам.

Говоря о ситуации на Северо-Западе России, необходимо вспомнить положительный опыт других федеральных округов. Пример, достойный подражания, дает Екатеринбург. Приведу лишь часть интервью первого заместителя руководителя администрации губернатора Свердловской области Алексея Багарякова журналисту местной «Областной газеты». Речь идет о новом выставочном комплексе «Екатеринбург-Экспо» площадью 50 000 кв.м.

«– Насколько востребован выставочный комплекс?»

– На сегодняшний день загрузка комплекса – примерно 30% от его потенциальных возможностей. Но мы анализировали аналогичные мировые комплексы – полной загрузки нет ни у кого. Думаю, что в следующем году мы доведем загрузку до 50%. Мы активно ищем глобального оператора, который будет заниматься управлением и продвижением выставочного комплекса. Его нужно отдавать в управление не на один год, как мы делаем это сегодня, а долгосрочно. Только тогда наши партнеры будут готовы инвестировать в этот проект. Ведутся переговоры, в том числе и с зарубежными компаниями, но их главное требование – достройка комплекса.

– Станет ли выставочный комплекс окупаемым?»

– Почему-то когда мы строим дорожную развязку или современный стадион, мы не говорим про окупаемость. Выставочные комплексы во всем мире субсидируются государством. Конечно, можно сделать там большую баракхолку и комплекс за полтора – два года окупится. Но так мы просто уничтожим идею об инновациях, имидж покатится на дно. Однако выйти на рентабельность и самообслуживание проекта (а не на возврат вложенных в строительство денег) реально.

– Когда это произойдет?»

– По нашим оценкам, уже в этом году мы покроем почти все затраты на

обслуживание, а в следующем даже выведем на небольшой плюс».

Такова позиция региональной власти в Екатеринбурге. В других регионах, как известно, ситуация порой прямо противоположная. В этой связи хотелось бы процитировать слова Андрея Курилова – профессионала, имеющего многолетний опыт руководства крупными выставочными компаниями. «Построить в регионе выставочный центр с нуля исключительно на средства бизнеса не получится. Невозможно купить землю, построить дороги, подвести коммуникации, построить выставочный центр по международным стандартам и потом его эксплуатировать. По нашим расчетам, эти затраты вообще не окупятся никогда» – уверен он.

Практика подтверждает эти выводы. Как известно, с точки зрения бизнеса выставочная недвижимость в принципе ничем не отличается от любой другой недвижимости. Есть инвестор, собственник, строитель, управленец и арендатор. Главная сторона – собственник, именно он должен учитывать многочисленные риски, которые, в целом делятся на две части. Первая – риски, которыми он не может управлять (политическая ситуация, войны, финансовые кризисы, техногенные катастрофы, иные форс-мажорные обстоятельства). Вторая часть – риски, которыми собственник может управлять. К ним относятся: риск ликвидности (если возникает проблема реализации недвижимости, потерявшей свои потребительские качества), риск снижения доходности, риск имущественного ущерба в случае неправильной эксплуатации и несоблюдения норм безопасности, риск упущенной выгоды.

Таковы итоги исследования. Как видим, ситуация с наличием и перспективами строительства современных выставочных комплексов на Северо-Западе России, за исключением Санкт-Петербурга, достаточно печальная. Изменится ли она к лучшему, зависит, прежде всего, от местных властей, только они могут дать импульс развитию выставочной инфраструктуры, выделяя бюджетные средства, привлекая инвесторов, помогая предприятиям – экспонентам и организаторам, повышая инвестиционную привлекательность региона.

Литература

1. Осипова, А. Место встречи – ИННО-ПРОМ / А.Осипова // Областная газета – 2013 – № 151-152 (6809-6810) – 28 марта

Таблица 1. Анализ региональной выставочной площади в Северо-Западном федеральном округе

№	Регион	Специализированные комплексы, кв.м.	Неспециализированные площадки, кв.м.	Общая площадь, кв.м	Необходимая площадь, кв.м
1	Санкт-Петербург	37 000	22 200	59 200	32 800
2	Республика Карелия	2 400 (усл.)	1 800	4 200	2 300
3	Республика Коми	-	1 600	1 600	6 900
4	Архангельская область	-	3 000	3 000	7 000
5	Вологодская область	2 500	-	2 500	5 000
6	Калининградская область	5 000	-	5 000	3 700
7	Мурманская область	-	3 000	3 000	4 100
8	Новгородская область	700 (усл.)	3 200	3 900	2 400
9	Псковская область	-	5 000	5 000	1 600
ИТОГО		47 600	39 800	87 400	65 800