

Выставочная деятельность в новых экономических условиях

Как обеспечить эффективность выставок?



Фото: Подресов Д.В.

Выставки были и остаются уникальным инструментом развития промышленных производств и экономики страны в целом. Именно поэтому сейчас, на фоне нарастающих геополитических проблем и угроз экономической безопасности нашей страны, они приобретают особый статус.

Как известно, ситуация в отрасли складывается непросто. Как в этих условиях должна развиваться выставочная деятельность в России?

На этот счет высказывается немало мнений и предложений. В самом четком сконцентрированном виде на Конференции в ТПП РФ 28 сентября их представил **Сергей Беднов**, генеральный директор ЦВК «Экспоцентр», председатель Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров

В наши дни в сфере экономической безопасности страны жизненно важными задачами являются развитие высокотехнологичных, импортозамещающих и экспортно-ориентированных производств, укрепление агропродовольственного комплекса и обеспечение бесперебойных поставок энергоресурсов.

Наиболее критичными, с точки зрения импортозамещения, признаются такие отрасли как тяжелое машиностроение, станкостроение, радиоэлектроника, легкая промышленность, медицина, фармацевтика.

Для всех этих и многих других отраслей российский выставочный бизнес предлагает профессиональные смотры всех уровней, от регионального до международного.

Сегодня на выставочных площадках России заключаются многомиллиардные торговые сделки, устанавливаются партнерские связи, продвигаются новые технологии и привлекаются инвестиции.

Сотни тысяч отраслевых специалистов из всех регионов страны ежегодно посещают эти мероприятия. Посредством выставок на рынок продвигается значительная часть промышленной продукции, особенно машин и оборудования.

Таким образом, выставочная деятельность содействует товарному наполнению рынка, модернизации производства, повышению конкурентоспособности экономики, являясь важным компонентом системы экономической безопасности страны.

ЧТО ПРОИСХОДИТ СЕГОДНЯ?

Вместе с тем, под воздействием ряда факторов политического и конъюнктурного характера (санкционное давление, снижение цен на нефть, девальвация рубля, ослабление банковского сектора) в стране снижается выставочная активность.

По имеющимся данным, в первом полугодии текущего года выставочная площадь нетто мероприятий и количество экспонентов в стране сократились на 15%. Положение дел не критическое, но вызывает беспокойство, так как в дальнейшем ситуация может ухудшиться.

В настоящее время высказываются предложения со стороны некоторых отраслевых союзов по улучшению складывающейся ситуации за счет формирования ограниченного перечня выставок, в которых следует участвовать предприятиям – членам отраслевых союзов. Предполагается, что этот перечень ежегодно будет утверждаться руководством отраслевого объединения.

На наш взгляд, эта проблема требует комплексного подхода к ее решению. Составление каких-то регулирующих списков вопреки действующему законодательству делу не помогут. К тому же, за годы становления российского выставочного рынка, производитель научился выбирать качественные выставки, особенно те, которые регулярно проходят независимый аудит и участвуют в Общероссийском рейтинге выставок.

Поэтому в нынешних экономических условиях нам необходимо сообща

обсудить создавшуюся ситуацию, в первую очередь, с отраслевыми союзами при участии представителей законодательной и исполнительной власти, других общественных организаций, чтобы повысить коммерческую и экономическую отдачу от выставок, в том числе, имея в виду решение задач в области импортозамещения.

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЫСТАВОК?

Эффективность выставок зависит от наличия и степени взаимодействия трех факторов.

Первое. Профессионализм и мобилизация выставочного бизнеса.

Современный российский выставочный рынок является существенной и неотъемлемой частью мирового. Операторы выставок используют лучшие выставочные технологии и практики, создавая конкурентоспособный выставочный продукт.

Между тем, стратегически важная задача профессионального выставочного сообщества заключается сегодня, как никогда, в постоянном повышении коммерческой и информационной отдачи от выставок для экспонентов. Задача выставочного бизнеса - сделать участие товаропроизводителей максимально эффективным.

Сегодня выставочный бизнес должен усилить такую работу, как:

- активное привлечение к участию предприятий-производителей несырьевой продукции, пользующейся потенциальным спросом на внутреннем рынке и имеющей экспортную перспективу;

– содействие деловым миссиям и производственным турам регионов на крупные промышленные выставки;

– участие в организации выставочных и конгрессных мероприятий в области международного интеграционного сотрудничества, прежде всего по линии Евразийского экономического союза, ШОС и БРИКС;

– настойчивое привлечение на российские выставки ведущих производителей продукции из новых индустриальных стран Азии и Латинской Америки.

Организация профессионального мероприятия сегодня невозможна без:

– мобильной концепции мероприятия, учитывающей быстрое изменение рыночной конъюнктуры;

– наличия профессиональной конгрессной программы;

– современных выставочных сервисов на основе электронных технологий;

– эффективной рекламной и PR-поддержки выставочных мероприятий;

– широкой поддержки мероприятия отраслевыми союзами и ассоциациями.

В этот перечень следует добавить и обеспеченность регионов современной выставочной инфраструктурой. Однако данный вопрос решается очень медленно и, очевидно, без принятия соответствующей федеральной целевой инвестиционной программы еще долго не решится.

Второе. Широкое участие в выставочной деятельности отраслевых союзов, ассоциаций и профессиональных гильдий.

Ни одна серьезная выставка в мире не проводится сегодня без участия в ней, в той или иной форме, отраслевого профессионального объединения. Эти организации детально и профессионально разбираются в номенклатуре промышленной продукции и тонкостях ее продвижения, хорошо знают конъюнктуру товарных рынков и потребности производителей и поставщиков товаров и услуг.

Грамотное товарно-тематическое наполнение, профессиональная деловая программа, отраслевое продвижение, стабильность и значимость мероприятия для отрасли во многом зависят от степени вовлеченности в них профессиональных объединений. Крупнейшие российские промышленные смотры организуются при поддержке и с участием наиболее авторитетных профессиональных и общественных организаций.

Вместе с тем потенциал отраслевых союзов недостаточно используется во взаимодействии с выставочными структурами в таких вопросах как:

– привлечение к участию большего числа российских товаропроизводителей, особенно тех, которые выпускают конкурентоспособную, имеющую экспортную перспективу продукцию и участвуют в отраслевых программах импортозамещения. Производители и поставщики такой продукции должны быть выявлены и сведены с заказчиками на выставочных площадках для максимально эффективного и быстрого доведения продукции до рынка. Никто лучше специалистов отраслевых

союзов и ассоциаций не знает, кто эти производители и кто является потребителем их продукции.

– усиление отраслевыми ассоциациями пропаганды выставок в бизнес-среде. Согласно зарубежным исследованиям, руководители крупнейших компаний мира ставят выставки на 1-е место среди прочих средств маркетинговых коммуникаций; выставки ускоряют принятие решений о покупке и многократно сокращают цикл продаж; затраты на заключение сделки на выставке в среднем на 40% ниже, чем в других случаях. Иными словами, выставки – это универсальный ключ к принятию быстрых решений, а значит – эффективный механизм ускорения структурной перестройки и технологической модернизации страны.

Третье. Государственная поддержка выставочной отрасли.

Значительный потенциал выставочной отрасли, как инструмента повышения конкурентоспособности отечественной экономики многократно возрос бы при реализации мер поддержки отрасли со стороны государства. Так происходит во всех промышленных и новых индустриальных странах мира.

Сегодня отечественный выставочный бизнес попал в фокус интересов государства. В Минпромторге действует Рабочая группа по исполнению «Плана мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности», принятой в июне 2014 года. Рабочая группа рассмотрела ряд предложений, в том числе по разработке национальных отраслевых стандартов, установлению льгот по налогообложению и арендной плате для выставочных комплексов и так далее. Дождается своей очереди разработка федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», принятие которого представляется абсолютно необходимым и безотлагательным.

Вместе с тем, мы считаем, что стимулирование выставочной деятельности российских товаропроизводителей должно рассматриваться сегодня как часть инвестиционной политики государства.

Инвестиции в производство становятся тщетными без эффективного доведения произведенной продукции до рынка. Между тем, именно выставки признаны кратчайшим путем от производителя к потребителю. Разумеется, такую поддержку должны получать не все компании, прежде всего – малый и средний бизнес, производящий конкурентоспособную продукцию.

Речь идет о частичной компенсации выставочных расходов и других формах поддержки участия в выставках. Так, думаю, региональные власти могли бы оптимизировать расходы на грузоперевозки и поездки на выставки представителей малых и средних предприятий, выпускающих инновационную продукцию и работающих по программе импортозамещения.

Конечно, и сами выставочные компании не могут оставаться в стороне. При всех имеющихся сегодня финансовых проблемах, нужно стремиться к установлению дифференцированных цен для таких компаний.

Как уже было сказано, российский выставочный бизнес создал профессиональные смотры для всех отраслей промышленности. Со своей стороны, государство могло бы формировать запрос в выставочной сфере (госзаказ) на организацию выставок в стратегических отраслях экономики, таких как нефтегазовая отрасль, машиностроение, станкостроение, электроэнергетика, радиоэлектроника, агропромышленный комплекс, медицина, других ключевых отраслей, с присвоением этим мероприятиям статуса «Выставка федерального значения». Для этого не надо ограничивать количество выставок, проводимых в стране, но необходимо сообща выработать критерии мероприятий, претендующих на статус выставки федерального значения.

Таким образом, успешная реализация выставочных проектов на благо модернизации и повышения конкурентоспособности российской экономики в новых экономических условиях прямо зависит от активизации взаимодействия выставочного сообщества, профессиональных объединений, торгово-промышленных палат и заинтересованных органов государственной власти.

