

Выставочный бизнес – одна из форм организации торговли?

НЕТ, СКОРЕЕ, ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ

ОТ РЕДАКЦИИ: В результате административной реформы произошло перераспределение сфер ответственности федеральных министерств. Функции по регулированию выставочной деятельности переданы министерству промышленности и торговли. Означает ли это, что Правительство России рассматривает выставочную деятельность только как вспомогательное средство развития торговли и промышленности (наряду с оптово-розничной торговлей)? Можно ли иначе оценивать выставочную и конгрессную деятельность – так, как это принято во всех промышленно развитых странах – в качестве эффективного инструмента экономического развития страны?

На вопросы Информационного выставочного агентства «ИнформЭКСПО» отвечает генеральный директор ЦВК «Экспоцентр» **Владислав МАЛЬКЕВИЧ.**



– Поднятый вопрос, несомненно, чрезвычайно важен для выставочного сообщества, хотя отнесение выставочной деятельности к разновидности деятельности торговой как минимум нелогично.

Выставочно-ярмарочная деятельность (правильнее было бы говорить «выставочно-конгрессная деятельность») включена в 2007 году в Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД) и получила собственный отраслевой код 74.87.5.

Вместе с тем, отношение к ней со стороны государства с точки зрения государственной поддержки этой отрасли не претерпело существенных изменений в лучшую сторону. До сих пор нет отдельной строки по ее поддержке в бюджете страны, не определены критерии поддержки и ее условия. При этом в первую очередь имеются в виду не собственно выставочные компании, а доти-

рование участия отечественных производителей в зарубежных и внутрироссийских смотрах.

Признанию выставочной деятельности в качестве отрасли отечественной экономики и присвоению ей отраслевого кода по ОКВЭД способствовало и реализованное решение о переименовании Союза международных ярмарок (УФИ) во Всемирную ассоциацию выставочной индустрии, членом которой является РСВЯ.

Участие же отечественных и иностранных производителей товаров и услуг в международных выставочных смотрах является эффективным инструментом их продвижения на рынок.

Многолетний опыт Экспоцентра, накопленный в области организации и проведения международных выставок в сочетании с конгрессами, однозначно свидетельствует о том, что стоимостные объемы экспорта компаний в Россий-

скую Федерацию сопрягаются с их выставочной активностью.

Так, присутствие зарубежных компаний на площадке ЦВК «Экспоцентр» – это прямое отражение устойчивых позиций фирм в лидерах экспорта в Россию, о чем свидетельствуют данные таможенной статистики внешней торговли.

Закрепление за Минпромторгом России функций поддержки экспорта промышленной продукции и выставочно-конгрессной деятельности как одного из эффективных инструментов ее реализации должно сыграть положительную роль. Однако для оптимизации и упорядочения схемы организации выхода на рынок российских предприятий в Минпромторг России целесообразно было бы передать и все остальные функции государственного тарифного и нетарифного регулирования внешнеторговой деятельности, объединив все инструменты поддержки отечественного товаропроизводителя в одних руках.

Представляется, что выставочное сообщество России вправе ожидать, что с передачей в Минпромторг всех функций и инструментов по государственному участию в выставочно-конгрессной деятельности мы получим комплексное и завершенное решение вопроса о роли выставок в экономике.

Именно Минпромторг России должен довести до законодательного оформления конкретные и необременительные для федерального бюджета меры государственной поддержки выставочно-конгрессной деятельности. Предложения по их реализации в виде обоснованных поправок в Налоговый и Таможенный кодексы, а также в Федеральный закон «Об основах государственного регулировании внешнеторговой деятельности» внесены три года назад, но так и не реализованы.

