

СОДЕРЖАНИЕ

1. Законодательство	3
1.1. Анализ существующей правовой базы, регулирующей выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность	3
1.2. Анализ положений министерств и ведомств, определяющих их отношение к выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности	10
1.3. Анализ зарубежной правовой базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности	11
2. Роль и место выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в экономической жизни страны	16
2.1. Внутренний рынок	16
2.2. Внешний рынок	18
2.3. Роль отраслевых союзов и ассоциаций	21
3. Организационно-информационные аспекты выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в повышении конкурентоспособности отечественных товаров и услуг	22
4. Анализ имеющейся материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.	25
5. Перспективы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в условиях вступления России в ВТО	26
6. Информация о ходе разработки проекта Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (поручения Правительства Российской Федерации №ВП-П13-7902 от 11 ноября 2011 г. и №ВЗ-П2-557 от 2 февраля 2012 г.)	27
7. Основные задачи и направления развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.	28
Приложения	31

1. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

1.1. АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ПРАВОВОЙ БАЗЫ, РЕГУЛИРУЮЩЕЙ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНУЮ И КОНГРЕССНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Нормативное правовое регулирование выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (далее – ВЯиКД) в Российской Федерации осуществляется комплексом федеральных законов и нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации, регламентирующих отдельные стороны и элементы ВЯиКД.

К международным документам, регулирующим ВЯиКД, участницей которых является Российская Федерация, относятся:

- Парижская конвенция 22 ноября 1928 г. о международных выставках;
- Соглашение с государствами – участниками СНГ «О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств» от 26 мая 1995 г.;
- Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами – членами Организации Договора о коллективной безопасности (г. Душанбе, 6 октября 2007 г.);
- Концепция рекламно-выставочной деятельности в области военно-экономического сотрудничества государств – членов Организации Договора о коллективной безопасности (г. Бишкек, 6 октября 2011 г.);
- Таможенная конвенция о карнете АТА (Admission Temporaire – Temporary Admission) для временного ввоза товаров (г. Брюссель, 6 декабря 1990 г.);
- Конвенция о временном ввозе (г. Стамбул, 26 июня 1990 г.);
- двусторонние соглашения Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве с иностранными государствами, содержащие отдельные положения, касающиеся выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Действуют также **соглашения о сотрудничестве** между территориальными торгово-промышленными палатами России и иностранными палатами, а также партнерскими организациями за рубежом, в которых содержатся статьи о сотрудничестве в области ВЯиКД.

С 1 января 2010 г. в Российской Федерации введен в действие **национальный стандарт** «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 53103-2008», в котором официально приведена и систематизирована терминология, используемая при осуществлении выставочно-ярмарочной деятельности. А с 1 января 2011 г. введен национальный стандарт «Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524-2009», согласно которому конгрессная деятельность является предпринимательской деятельностью, направленной на создание

благоприятных условий для персонифицированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемой в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий.

Ряд нормативных документов по ВЯиКД, в частности концепций и программ развития, подготовлен **в субъектах Российской Федерации** (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Нижегородская область, Тверская область, Костромская область, Самарская область, Мурманская область, Республика Карелия, Чувашская Республика и др.).

Однако в целом нормативное правовое регулирование в сфере ВЯиКД значительно отстает от других отраслей по степени нормативной обеспеченности.

Координация конгрессной деятельности, так же как и выставочной, должна осуществляться на уровне общественных структур, отраслевых союзов / ассоциаций, торгово-промышленных палат, предпринимательских и выставочных союзов, призванных способствовать становлению цивилизованного рынка конгрессных услуг.

В области конгрессной деятельности важным элементом координации и усовершенствования государственной поддержки этой деятельности является **Создание национального / городского Конгрессного бюро** с целью организации активной маркетинговой деятельности по продвижению конгрессных возможностей страны / города на международном и внутреннем рынках.

Во многом благодаря активной деятельности конгрессных бюро Германия, Франция, Великобритания и другие страны занимают лидирующие позиции в мире по числу проводимых международных конгрессных мероприятий. Бюро не занимаются коммерческой деятельностью (за исключением Австралии). Их целью является продвижение региона.

Российские конгрессные бюро – это бюро крупных городов: АНО «Конгрессно-выставочное бюро Москвы», НП «Конгресс (конвеншн) бюро Санкт-Петербурга», «Конгресс-бюро» г. Екатеринбурга, «Конгресс-визит-бюро» г. Сочи. Их основная цель – совершенствование системы конгрессно-выставочных мероприятий своего города для формирования положительного имиджа и позиционирования его как международного делового и туристического центра.

Создание конгрессных бюро в крупных городах России не решило всех имеющихся в конгрессной отрасли вопросов. Остается ряд проблем, связанных с вопросами сотрудничества с большим количеством международных ассоциаций, разработкой стандартов оценки качества конгрессных услуг, системы добровольной сертификации услуг участников рынка, разработкой и введением системы статистического учета и др.

Основные направления по совершенствованию нормативного правового регулирования ВЯиКД в Российской Федерации были обозначены на заседании **круглого стола по вопросам развития данного вида деятельности, которое состоялось в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации 5 июня 2013 г.**

Прежде всего, необходимо утвердить разработанную **Концепцию развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.**

Систему нормативного правового регулирования ВЯиКД целесообразно привести в соответствие со сложившейся в Российской Федерации иерархией и структурой нормативных правовых документов, регулирующих деятельность основных отраслей экономики.

В связи с отсутствием в настоящее время ряда элементов этой системы необходимо:

- разработать концепцию Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации»;
- разработать проект Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации»;
- внести изменения и дополнения в некоторые положения действующих нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность: в части налогообложения земельных участков, находящихся под выставочными комплексами (либо определения размеров арендной платы за пользование такими участками); таможенного оформления выставочных грузов; рекламы и перемещения алкогольной продукции на продовольственных выставках; оценки заявок на право организации российских экспозиций за рубежом; оказания государственной поддержки российским организациям – субъектам малого и среднего бизнеса в продвижении их товаров, работ, услуг на внутреннем и внешних рынках посредством их участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях;
- разработать федеральную целевую программу «Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на период до 2020 года».

На федеральном уровне основой системы нормативного правового регулирования ВЯиКД должен стать **Федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации».**

Представляется, что с учетом международного опыта правового регулирования в области ВЯиКД **в данном законе должно найти отражение, в частности, следующее:**

- определение сферы действия закона;
- определение правового положения участников ВЯиКД;
- определение прав и обязанностей участников ВЯиКД, а также мер их ответственности;
- установление специального порядка проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий с целью недопущения случаев недобросовестной конкуренции, формально не подпадающих под действие антимонопольного законодательства;
- установление возможности изъятий выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий из сферы действия некоторых законодательных актов (например, Федерального закона «О рекламе»);
- определение мер государственной поддержки субъектов, занимающихся ВЯиКД;

- определение принципов государственно-частного партнерства в осуществлении ВЯиКД;
- разделение компетенций в сфере ВЯиКД между федеральными органами исполнительной власти и органами власти субъектов Российской Федерации;
- порядок и формы осуществления государственной поддержки участников ВЯиКД;
- регламентация взаимодействия органов государственной власти с профессиональными объединениями предпринимателей в области ВЯиКД;
- координация проведения выставок, ярмарок и конгрессов как на национальном, так и на международном уровнях;
- определение критериев отбора выставочно-ярмарочных мероприятий, имеющих стратегическое значение для российской экономики, с присвоением им статуса выставок федерального и межрегионального значения;
- гарантии при инвестировании в строительство выставочно-ярмарочных и конгрессных объектов.

Необходимо внесение изменений и дополнений также **в ряд других федеральных законов**, так или иначе затрагивающих вопросы ВЯиКД.

В работе выставочных операторов при организации и проведении выставок по пищевой тематике в настоящее время возникают определенные трудности, связанные с применением законодательства об обороте алкогольной продукции и о рекламе. В связи с изменением законодательства возник ряд вопросов по участию в выставках компаний, производящих и реализующих алкогольную продукцию, поскольку **действующая редакция федеральных законов «О рекламе» и «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»** абсолютно не учитывает специфики такой отрасли экономики, как выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность.

В действующей редакции федеральные законы «О рекламе» и «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» запрещают рекламу алкогольной продукции в выставочных залах, запрещают хранение в выставочных павильонах образцов продукции и т.д.

Исходя из этого сама возможность участия производителей алкогольной продукции в выставках ставится под сомнение, вследствие чего потребители лишаются возможности отличить качественную продукцию от суррогата.

Необходимо подготовить проект изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», предусмотрев в нем с учетом специфики выставочно-ярмарочной деятельности возможность дегустации выставочных образцов алкогольной продукции, раздачи образцов такой

продукции на выставках, перемещения, хранения выставочных образцов алкогольной продукции в пределах выставочного комплекса.

Необходимо также подготовить проект изменений в Федеральный закон «О рекламе», предусмотрев в нем возможность рекламы алкогольной продукции на специализированных выставках.

Совершенствования действующих нормативных правовых актов требуют и вопросы, связанные с таможенным правом. Таможенное, равно как и другие отрасли права, затрагивающие законные интересы лиц в предпринимательской и иной экономической сфере, не знают выставочной деятельности как специфического инструмента внешнеэкономических отношений.

С момента вступления России во Всемирную торговую организацию, присоединения к Киотской конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур, а ранее к конвенции о карнете АТА и Стамбульской конвенции о временном ввозе обозначились тенденции к сближению рамочных стандартов Всемирной таможенной организации, положений упомянутых конвенций с таможенным законодательством Таможенного союза (ТС) и России.

Международный опыт нормативного правового обеспечения выставочно-ярмарочной деятельности свидетельствует о целесообразности внесения изменений и дополнений в действующее таможенное законодательство и нормативные правовые акты Таможенного союза и России, регулирующие ВЯиКД.

Изменившиеся экономические реалии требуют предоставления права крупным выставочным центрам (операторам) и (или) организациям, ими уполномоченным (таможенным представителям, владельцам складов временного хранения), осуществлять выпуск товаров до подачи таможенной декларации в рамках ст. 178 и 197 Таможенного кодекса Таможенного союза, а также предоставления им права получения статуса уполномоченного экономического оператора.

Представители российского выставочного сообщества неоднократно указывали на то, что установленные **законодательством о государственных закупках подходы не учитывают специфики организации выставок за границей.** Организация современной выставки – это работа специалистов-выставочников (концептуалистов, архитекторов, дизайнеров, художников и т.д.). Современная национальная экспозиция – лицо страны, и дилетантский подход к ее организации недопустим.

В качестве основных недостатков, с точки зрения специалистов выставочной отрасли, выделялись следующие:

– основным критерием для выбора победителя конкурса является цена, а таким критериям, как качество работ, услуг и (или) квалификация участника конкурса отводится максимум 20%;

– при формировании конкурсных комиссий в их состав не включались специалисты отрасли.

К сожалению, в новом Федеральном законе №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения

государственных и муниципальных нужд», вступившем в силу с 1 января 2014 г., предложения о порядке формирования конкурсных комиссий для организации выставок учтены не были (ст. 39). Что касается определения размера критериев, учитываемых при решении вопроса о заключении контракта, то данный вопрос отнесен к компетенции Правительства Российской Федерации.

Таким образом, целесообразно, чтобы Правительство Российской Федерации:

– рекомендовало федеральным органам исполнительной власти в тех случаях, когда они выступают в качестве государственного заказчика при отборе операторов российских экспозиций на выставках за рубежом, проводимых с частичным финансированием из средств федерального бюджета, включать в состав конкурсных комиссий помимо представителей заинтересованных министерств и ведомств также представителей ТПП РФ, РСВЯ и отраслевых объединений;

– рассмотрело вопрос об усилении роли критерия «Качество и квалификация участника конкурса» при оценке заявок на право организации российских экспозиций с частичным бюджетным финансированием. Необходимо, чтобы государственный заказчик при определении выставочного оператора исходил из необходимости наиболее адекватного соотношения «цена – качество», то есть устанавливал значение такого критерия оценки как, квалификация участника от 45 до 50%.

Требует изменения **порядок финансирования организации российских дотационных выставок за границей**, а именно установления авансирования от 60 до 70%.

Одной из основных задач федеральных органов государственной власти является содействие продвижению отечественных товаров на внешний рынок. Для решения этой задачи определяются наиболее значимые выставочные мероприятия, проводимые за рубежом, на которых планируется организация российских экспозиций с частичным финансированием из средств федерального бюджета.

Российские выставочные операторы также заинтересованы в максимальном представительстве отечественных товаропроизводителей на международных выставках, однако считают, что действующий механизм финансирования российских экспозиций нуждается в существенной корректировке.

В настоящее время в соответствии с решениями Правительства Российской Федерации о порядке исполнения федерального бюджета на соответствующий период при организации выставок с частичным бюджетным финансированием определяется порядок расходования бюджетных средств – аванс в размере до 30% и окончательный расчет после подписания акта сдачи-приемки услуг, то есть после завершения отчета по выставке.

Однако при заключении контрактов с зарубежными и российскими компаниями на аренду и оборудование выставочной площади, оказание транспортно-экспедиторских и таможенных услуг, услуг переводчиков и т.д. выставочный оператор оплачивает счета полностью авансом. Поэтому он

вынужден либо брать на длительный срок кредит (70% от суммы бюджетного финансирования – при этом проценты, уплаченные за пользование кредитом, выставочному оператору не возмещаются), либо брать эти суммы с экспонентов, что значительно повышает стоимость их участия в выставке. В связи с этим участие экспонентов в зарубежных выставках с частичным бюджетным финансированием зачастую обходится дороже, чем прямое участие в выставке, без бюджетного финансирования.

Нынешний порядок финансирования дотационных выставок препятствует продвижению российской экспортной продукции за рубеж, поскольку никак не учитывается специфика выставочной деятельности.

С 1 января 2014 г. применяются новые правила исчисления налога на имущество организаций, которые предусматривают порядок определения налоговой базы в зависимости от кадастровой стоимости объекта налогообложения, при этом предусмотрено поэтапное повышение ставок налога. В результате в текущем году существенно возрастет налоговая нагрузка на организации, в том числе на организации, осуществляющие выставочно-ярмарочную деятельность, что негативно скажется на развитии указанной отрасли в целом.

Более того, в субъектах Российской Федерации земельный налог и арендная плата за земельные участки взимается в процентах от кадастровой стоимости земельного участка в соответствии с целевым (функциональным и разрешенным) использованием земельного участка. Такой порядок, в частности, действует в г. Москве, где для большинства земельных участков, принадлежащих организациям, осуществляющим выставочно-ярмарочную деятельность, предусмотрена ставка земельного налога и ставка арендной платы в размере 1,5%. Поскольку кадастровая стоимость земельных участков достаточно высока, размер арендной платы для таких организаций создает существенные препятствия для развития отрасли в целом.

Указанные положения законодательства не учитывают, что выставочные организации не осуществляют торговую, производственную или иную подобную деятельность, поэтому необходимо предусмотреть особые условия исчисления и уплаты налога на имущество организаций, земельного налога и арендной платы за землю.

Участники Парламентских слушаний рекомендуют субъектам Российской Федерации рассмотреть вопрос о введении налоговой льготы по налогу на имущество и земельному налогу для организаций, осуществляющих выставочно-ярмарочную деятельность, а также предусмотреть особые ставки арендной платы за землю как для учреждений культуры.

В целях повышения эффективности и качества выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Правительству Российской Федерации и уполномоченным федеральным органам исполнительной власти **необходимо:**

– рассмотреть вопрос о предоставлении льгот по земельному налогу в отношении участков, на территории которых расположены выставочные комплексы, разработать на федеральном уровне методику расчета,

позволяющую определять коэффициент взимания арендной платы за землю с выставочных центров (не ведущих торговую деятельность) как с учреждений культуры;

– рассмотреть вопрос о предоставлении льгот по налогу на имущество организаций на федеральном уровне в отношении объектов, используемых для проведения выставок;

– подготовить и принять нормативные акты, обеспечивающие реальную возможность быстрого (до двух недель) таможенного оформления вывоза наукоемкой и высокотехнологичной продукции на зарубежные выставки.

Вопросы укрепления выставочного потенциала России являются исключительно важными и актуальными на современном этапе экономического развития. В связи с этим не должна подвергаться сомнению необходимость формирования и совершенствования нормативной правовой базы регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. На данном этапе принятие указанных мер позволит расшить отдельные узкие места и будет способствовать дальнейшему развитию отрасли.

1.2. АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЙ МИНИСТЕРСТВ И ВЕДОМСТВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ИХ ОТНОШЕНИЕ К ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ряд федеральных органов исполнительной власти (Минобрнауки России, Минздрав России, Минприроды России, Минпромторг России, Минкомсвязь России, Минспорт России, Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России), Роскосмос и др.) сформировали ведомственную нормативную правовую базу проведения соответствующих отраслевых выставок.

Согласно положениям (регламентам) о министерствах **9 федеральных министерств имеют полномочия организовывать конгрессы, конференции, семинары, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности министерства**. В то же время у 12 из 21 федеральных министерств в Российской Федерации в положении (регламенте) о министерстве ВЯиКД не упоминается¹.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по поддержке выставочной и ярмарочной деятельности.

С целью обеспечения согласованных действий заинтересованных федеральных органов исполнительной власти при решении вопросов выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации, содействия международному сотрудничеству в этой области и продвижению отечественной продукции на внешний рынок 2 декабря 2008 года Приказом Минпромторга

¹ Приложение 1

России была образована Межведомственная комиссия по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности. Персональный состав Комиссии формируется из представителей ряда министерств Российской Федерации.

Основными задачами Комиссии являются:

– координация действий заинтересованных федеральных органов исполнительной власти и организаций в области выставочно-ярмарочной деятельности;

– содействие продвижению отечественных товаров, наукоемких технологий и образовательных услуг на внешние и внутренние рынки товаров и услуг;

– совершенствование нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации;

– контроль за рациональным использованием федеральных средств, выделяемых на финансирование подготовки и проведения экспозиций Российской Федерации на общеотраслевых и специализированных всемирных, международных, национальных выставках и ярмарках, проводимых за рубежом;

– содействие соблюдению принципов международной выставочно-ярмарочной деятельности, провозглашенных Парижской конвенцией 1928 года о международных выставках, а также других международных обязательств, вытекающих из соглашений Российской Федерации с зарубежными странами по этим вопросам.

Участие российских организаций в выставках продукции военного назначения регулируется законодательством Российской Федерации в области военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами (ВТС). Полномочия по контролю и надзору за рекламно-выставочной деятельностью в области ВТС осуществляет Федеральная служба по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России) (подведомственна Минобороны России).

1.3. АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАВОВОЙ БАЗЫ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В международной практике выставочно-ярмарочная деятельность (далее – ВЯД) ввиду ее особой общественной и экономической значимости контролируется и поддерживается государственными структурами, при этом нет единообразного подхода к ее законодательному регулированию.

Самым первым современным международным нормативным актом, регулирующим ВЯД, была **Парижская конвенция 1928 года**, касающаяся вопросов проведения всемирных выставок: прав и обязанностей стран-организаторов и стран-участниц, классификации, периодичности и продолжительности выставок. Рассмотрение аспектов практического порядка возложено Конвенцией на Международное бюро выставок (МБВ), куда входят правительства стран, подписавших Конвенцию. МБВ выработало типовые общие правила всемирных выставок. Правовое регулирование выставок,

не подпадающих под сферу действия указанной конвенции, а таких на сегодняшний день подавляющее большинство, осуществляется внутренним правом каждого отдельного государства.

В **Объяснительном сообщении Комиссии европейских сообществ** «О применении правил Единого рынка к сектору ярмарок и выставок» отмечается, что выставки и ярмарки представляют собой сектор, который порождает активную экономическую деятельность в Европейском сообществе. В преамбуле особо оговаривается, что каждое государство – член ЕС вправе создавать условия проведения выставочно-ярмарочных мероприятий и механизм участия в них экспонентов при условии их соответствия положениям Римского договора о свободе движения товаров, капиталов и услуг в рамках ЕС и принципам функционирования Единого рынка. Организация и проведение выставок и ярмарок выделяется как отдельное направление предпринимательской деятельности, регулируемое рынком, но с необходимостью соответствия определенным требованиям.

В отдельных странах разработаны и действуют **нормативные правовые акты, специально посвященные ВЯД** (Рамочный закон о выставочной отрасли **в Италии**; ордонанс «О выставочно-ярмарочных мероприятиях» во Франции; законы «Об участии Соединенных Штатов в международных выставках» и «О торговых ярмарках» **в США**; указы о правилах проведения постоянных выставок и других мероприятий, а также Указ о правилах организации и проведения промышленных и торговых ярмарок **в Бразилии**; Указ о мероприятиях по совершенствованию выставочной деятельности **в Украине** и др.).

В значительной степени нормативное и правовое регулирование касается вопросов поддержки – дотаций, налоговых льгот для предприятий-участников и организаторов мероприятий, стимулирования инвестиций в эти проекты. Во многих странах с рыночной экономикой есть государственные программы по участию национальных предприятий в выставках за рубежом. Эти программы в обязательном порядке дотируются из государственных средств. Так, в **США** на федеральном уровне и в ряде штатов действуют специальные программы поддержки выставочного бизнеса, а законами о ежегодных ассигнованиях предусматривается выделение средств на финансирование отдельных выставок и ярмарок для ряда федеральных органов и других организаций США.

Ежегодно Кабинет министров **Украины** согласно соответствующему поручению разрабатывает и утверждает порядок реализации выставочных мероприятий, организуемых органами государственной власти и проводимых с использованием средств государственного бюджета.

В промышленно развитых странах разработана **система субсидий предприятиям**, главным образом экспортерам, по принципу «как можно больше частного участия в большем количестве ярмарок и выставок, проводимых в различных странах». Величина экономической поддержки (процент участия в расходах) со стороны государства дифференцируется в зависимости от размера и структуры предприятия, вида производимой

продукции (потребительские, инновационные товары), уровня технологии, коммерческих результатов, страны организации ярмарки или выставки (в случае заинтересованности в освоении новых рынков).

В рамках «Программы сертифицированных торговых ярмарок» Министерство торговли **США** спонсирует участие частных фирм в 80 ярмарках ежегодно, а «Программой для международного покупателя» поощряется участие иностранных импортеров примерно в 20 торговых выставках и ярмарках, ежегодно проводимых на территории США. В ряде американских штатов действуют местные программы финансовой поддержки выставочного бизнеса.

Рамочный закон о выставочной отрасли **Италии** прописывает, среди прочего, условия выдачи разрешений на ведение выставочной деятельности, порядок присвоения статуса выставочным мероприятиям и составления ежегодного официального календаря выставок международного и национального значения. Выдачу разрешений Закон относит к компетенции администрации 21 области (аналог – субъекты Российской Федерации). Что же касается присвоения квалификации (статуса) выставочного мероприятия, здесь к компетенции Министерства промышленности, торговли и кустарных промыслов с учетом заключения Консультативного комитета относятся выставочные мероприятия международного значения, а к администрациям областей с учетом заключения муниципалитетов и палат торговли, промышленности, сельского хозяйства и кустарных промыслов – выставочные мероприятия национального и областного значения.

Практика выдачи особых разрешений характерна и для **Франции**, где разрешения предоставляют министр торговли (по выставкам, ярмаркам и салонам, организуемым в городах с населением 50 тыс. человек и более) и префекты (в остальных случаях). Данный механизм позволяет избежать дублирования выставочно-ярмарочных мероприятий.

В **Германии** не существует государственного регулирования выставочно-ярмарочного дела. В стране действуют обстоятельно проработанные «Самодисциплинирующие правила» (Добровольный кодекс профессиональной этики), направленные в том числе на защиту интересов потенциальных экспонентов, являющихся членами отраслевых ассоциаций (объединений) и др. Все компании и фирмы, занимающиеся организацией и проведением выставок, объединены в Выставочный комитет немецкой экономики (АУМА), задачами которого являются координация и планирование выставок и ярмарок в Германии и за рубежом, информационное и консультационное содействие, взаимодействие с общественными организациями.

В **Белоруссии** не существует единого правового акта, посвященного регулированию всех аспектов выставочно-ярмарочного бизнеса. Его различные вопросы регулируются в стране как законодательными актами общего характера, так и нормативными правовыми актами Совета министров, министерств и государственных комитетов Республики Беларусь.

Активно развивает нормативные методы регулирования ВЯД **Китай**, принявший за последние годы ряд соответствующих документов, направленных

на развитие самой выставочной индустрии и инфраструктурных элементов, с ней связанных: гостиниц, ресторанов, транспорта, связи. Кроме того, в Китае действует комплекс стандартов, регламентирующих требования к организации и проведению выставок.

В странах Центральной и Южной Америки вопросы ВЯД регулируются в основном национальным законодательством, а также нормативными документами профессионального сообщества. В рамках процессов континентальной экономической интеграции создана и действует Международная ассоциация ярмарок в Латинской Америке (AFIDA), формирующая элементы наднациональной нормативной базы.

Помимо национальных нормативных и правовых актов в ряде стран действуют и региональные (Закон «О продвижении и развитии выставочно-ярмарочной деятельности в области Ломбардия», Италия; Закон «Об упорядочении выставочной деятельности Автономной области Мадрида», Испания).

Следует особо отметить, что в ряде стран при высших органах законодательной и исполнительной власти созданы и успешно действуют **консультативные советы по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности** (Консультативный комитет Министерства торговли, промышленности и кустарных промыслов в **Италии**; Консультативный комитет по выставочно-ярмарочным мероприятиям при министре торговли во **Франции**; Совет по вопросам выставочной деятельности под руководством Государственного управления делами в **Украине** и т.д.). К их компетенции относятся: разработка концепции и государственной программы развития выставочной деятельности; утверждение официальных календарей выставок, присвоения им статусов международного и национального значений; осуществление статистического контроля выставочно-ярмарочных мероприятий.

В Белоруссии Совет является совещательно-консультативным органом, функционирующим на общественных началах. Его основными задачами являются подготовка предложений и рекомендаций органам государственного управления по развитию выставочной сферы в стране, в том числе путем выработки рекомендаций для отраслевых министерств, организаций, объединений, союзов, ассоциаций и т.д. по стимулированию экспорта белорусских товаров через участие в международных выставках и по насыщению рынка Республики Беларусь высококачественными иностранными товарами.

Что касается **выставочных комплексов**, то в большинстве случаев они находятся в собственности либо государства, либо местных органов власти. Так, во Франции государственные органы владеют или управляют главными выставочными центрами в Париже и Лионе. В Великобритании главная выставочная структура – Национальный выставочный центр в Бирмингеме – принадлежит государству, но кроме этого имеется много частных выставочных центров. Центральное правительство Италии контролирует качество международных выставок и три основные выставочные структуры страны – Милан, Верону и Бари, области же управляют местными выставочными

территориями. Обычно в Италии администрация выставочной структуры является независимой властью.

В Германии выставочные центры, как правило, являются акционерными обществами. Основные владельцы акций – власти земель и городов проведения выставок. Власти земель выдают разрешения на проведение выставок, определяют для выставок состав их участников, длительность, представительства промышленного сектора и категории посетителей.

Вопросы упрощенного и ускоренного оформления временного ввоза товаров в связи с проведением выставок и ярмарок, а также для перемещения через границу товарных образцов, профессионального оборудования и некоторых других категорий товаров на международном уровне регулируются в соответствии с положениями Конвенции о карнете АТА для временного ввоза товаров от 6 декабря 1961 г. и Конвенции о временном ввозе от 26 июня 1990 г. В настоящее время в систему АТА входит более 60 стран. Ассоциациями – гарантами функционирования системы АТА в странах – участницах таможенных конвенций выступают, как правило, национальные торговые палаты, образующие международную гарантирующую сеть АТА Всемирной Федерации Палат.

Также международное выставочное сообщество имеет в своем арсенале в целях гармонизации деятельности участников ВЯиКД, обеспечения единообразия в сборе статистических данных два **международных стандарта Международной организации по стандартизации (ISO): ISO 25639-1:2008** Выставки, шоу, ярмарки и конвенции – Часть 1: Словарь и **ISO 25639-2:2008** Выставки, шоу, ярмарки и конвенции – Часть 2: Процедуры измерения в статистических целях.

Объединением ведущих организаторов выставок, выставочных площадок, национальных и международных выставочных ассоциаций, а также партнеров выставочной индустрии со всего мира является **Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI)**. В настоящее время она насчитывает 635 членов из 228 городов, 85 стран, которые владеют выставочными центрами общей площадью свыше 12 млн кв. м. Члены UFI ежегодно проводят более 4 500 выставок на площади свыше 50 млн кв. м, с числом участников более 1 млн, посетителей – более 150 млн. Основная цель UFI – представлять, продвигать и поддерживать ее членов и выставочную индустрию в целом во всем мире.

Сегодня 38 российских организаций являются членами UFI, более 100 выставок российских организаторов имеют статус «одобренных UFI», подтверждающий высокий международный уровень организации и проведения мероприятий. В Совет директоров UFI входят 4 представителя Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Одной из ведущих в сфере организации международных мероприятий, самой крупной профессиональной ассоциацией на рынке международных встреч является **Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA)**, объединяющая в своей структуре авиакомпании, профессиональных организаторов конгрессов, конференций и выставок, отели, агентства, занимающиеся бизнес-туризмом, и многих других

и имеет штаб-квартиру в Нидерландах. Она объединяет свыше 1 тыс. членов из 90 стран мира.

Сейчас в ICCA входит 13 российских компаний, из них 7 из Москвы и 6 из Санкт-Петербурга, среди них: ЗАО «Экспоцентр» (г. Москва), ОАО «Центр международной торговли» (г. Москва), ЗАО «ЭкспоФорум» (г. Санкт-Петербург), ВО «Рестэк» (г. Санкт-Петербург) и др.

В мире также широко известны следующие международные ассоциации: Международная ассоциация конгрессных и туристических бюро (IACVB), Международная ассоциация распорядителей деловых встреч (MPI), Европейская федерация конгрессных городов (EFCT), Европейское конгресс-бюро (ECB), Международная ассоциация конгрессных центров (IACC) и др.

Международный опыт нормативного правового обеспечения ВЯиКД свидетельствует о целесообразности внесения изменений и дополнений в действующие законодательные и нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие данную сферу, а также о необходимости разработки федерального закона, определяющего принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка в Российской Федерации.

2. РОЛЬ И МЕСТО ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ СТРАНЫ

2.1. ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

ВЯиКД – важнейший универсальный инструмент торгово-экономической политики страны, призванный способствовать продвижению товаров и услуг на внутренний и внешний рынки, технологической модернизации и росту промышленного экспорта, укреплению экономического потенциала, улучшению инвестиционного климата и усилению позиций России в глобальной экономике.

С ее помощью реализуется конкурентный потенциал территорий и формирующихся инновационных высокотехнологичных кластеров, расширяется доступ к инновациям, технологиям и совместным кооперационным проектам, укрепляются межрегиональные связи.

ВЯиКД вносит значительный косвенный **вклад в валовый региональный продукт**. Привлекая сотни тысяч участников и посетителей выставок, конгрессно-выставочные центры загружают гостиничную, транспортную, ресторанный и прочую инфраструктуру крупных городов и регионов. Тем самым они генерируют денежные поступления от широкого спектра сервисных услуг и способствуют пополнению валового регионального продукта

и увеличению налоговых поступлений в бюджеты регионов и в консолидированный бюджет Российской Федерации.

В последние годы выставочная деятельность в России превратилась в динамично развивающийся сегмент отечественной экономики. **В среднем в России ежегодно проводится** более 1 700 выставок со среднегодовой суммарной площадью нетто более 2,6 млн кв. м.

Каждый год в выставках принимают участие около 140 тыс. российских и около 20 тыс. зарубежных экспонентов.

Крупнейшие компании выставочного рынка объединены в Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ). В него входят ведущие российские организаторы выставок, владельцы выставочных комплексов, предприятия, содействующие выставочному бизнесу, а также представители выставочного бизнеса Молдовы, Украины. На сегодняшний день Союз насчитывает 94 члена, которые ежегодно проводят 1 100 выставок / ярмарок в 47 городах. Учрежденный в 1991 году, РСВЯ является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). Российский союз выставок и ярмарок ведет статистический учет по выставкам, организуемым компаниями – членами Союза.

Всего на выставочном рынке России действует более 270 операторов. По объемам продаж российский выставочный рынок сопоставим с бразильским, несколько превышает испанский, в 2,4 раза уступает рынкам Германии и Франции, в 2,3 раза – Великобритании, в 1,6 раза – Италии, в 2,1 раза – рынку Китая.

Динамика выставочного рынка России в объемах продаж

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (прогноз)	2015 (прогноз)
Оборот (млн долларов США)	730	830	570	640	680	730	780	830	890
Динамика (%)		13,7	-31,3	12,3	6,3	7,4	6,8	6,4	7,2

Доля выставочной отрасли в валовом внутреннем продукте России составляет 0,045%. Это меньше, чем в большинстве крупных европейских выставочных стран, и свидетельствует о недооцененности этого сектора и резервах развития российского выставочного рынка. Так, в Великобритании доля выставочной отрасли в ВВП составляет 0,072%, во Франции – 0,061%, в Германии – 0,051%.

В настоящее время **выставочной деятельностью занимаются 91 торгово-промышленная палата** (53 региональных и 38 муниципальных). В течение года территориальные ТПП проводят или участвуют в организации около 700 выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

Территориальные ТПП совместно с органами местного самоуправления занимаются формированием нормативных основ регулирования выставочно-

ярмарочной деятельности на региональном уровне. В настоящее время при участии территориальных ТПП принято более 80 региональных нормативных актов (законов, постановлений глав администраций, правительств), регламентирующих организацию выставочно-ярмарочной деятельности.

Оценивая состояние конгрессной деятельности в России по сравнению с более продвинутыми в этом отношении странами, следует отметить, что она носит во многом фрагментарный характер и не опирается на системный подход.

Значительный потенциал конгрессной деятельности как инструмента повышения конкурентоспособности отечественной промышленности многократно возрос бы при осуществлении единой координации и реализации мер поддержки отрасли со стороны государства.

В настоящее время в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности имеется ряд нерешенных общих проблем:

- действующая нормативная правовая база не в полном объеме регулирует вопросы выставочной и конгрессной деятельности, требуется разработка дополнительных нормативных правовых актов;
- не определены приоритеты и конкретные формы государственной поддержки отечественных предприятий – участников выставочной и конгрессной деятельности, имеет место ведомственная разобщенность в подходе к вопросам регулирования и поддержки отрасли;
- материально-техническая база выставочно-конгрессной деятельности недостаточно развита и не всегда соответствует международным требованиям, предъявляемым к местам проведения мероприятий;
- отсутствует концептуальный скоординированный подход к планированию по срокам и тематике приоритетных выставочных и конгрессных мероприятий, проводимых в России и за рубежом.

2.2. ВНЕШНИЙ РЫНОК

С точки зрения производителей и поставщиков товаров и услуг выставочно-ярмарочная деятельность дает широкую возможность для:

- демонстрации всего спектра производимых товаров и услуг;
- встречи «лицом к лицу» с деловыми партнерами и потенциальными клиентами;
- заключения коммерческих сделок и выхода на новые рынки сбыта;
- заключения кооперационных соглашений и привлечения инвестиций;
- ознакомления с товарной номенклатурой, новыми технологиями и мировыми достижениями;
- осуществления комплекса рекламных, имиджевых и других маркетинговых мероприятий.

Цели и задачи всех участников этого сектора рынка должны быть скоординированы. Только в этом случае можно рассчитывать на высокую социально-экономическую отдачу проводимых мероприятий.

Ежегодно распоряжением Правительства Российской Федерации утверждается **перечень выставок и ярмарок за рубежом**, на которых

планируется организовать российские экспозиции, частично финансируемые за счет средств федерального бюджета. В него включается 20–25 международных многопрофильных и специализированных выставок и ярмарок. Этим же документом определяется объем финансирования подготовки и обеспечения участия Российской Федерации во всемирных выставках ЭКСПО.

Указанный перечень формируется на основе предложений профильных министерств и ведомств, росзагранаппарата, ТПП РФ, РСВЯ. Перед внесением в Правительство Российской Федерации проект указанного документа рассматривается на Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности Минпромторга России.

Значительное внимание формированию механизмов взаимодействия с субъектами ВЯиКД уделяет Правительство Москвы. Ежегодно из городского бюджета выделяются средства на поддержку выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности московских предприятий и организаций, в первую очередь малого и среднего бизнеса. Активно используются также организационная и информационная формы поддержки.

В рамках городских целевых программ развития и поддержки малого и среднего предпринимательства московским предприятиям предоставляются безвозмездные субсидии на возмещение до 2/3 затрат на участие в российских и зарубежных выставках. Компенсируются затраты предприятий и на участие в деловых миссиях и иных мероприятиях, связанных с продвижением на региональные и зарубежные рынки продукции, товаров и услуг и предусматривающих экспонирование и демонстрацию продукции в действии.

Территориальными ТПП проводится работа по организации **региональных экспозиций за рубежом**. В настоящее время более 50 ТПП ведут эту работу. Организаторами разделов на зарубежных выставках являются также компании – члены РСВЯ.

Действующий механизм координации участия территориальных ТПП в выставках за рубежом позволил сформировать базу тех выставочных мероприятий, которым оказывается организационная и информационная поддержка ТПП РФ. Она ежегодно включает в себя от 130 до 160 зарубежных выставок. В этом массиве примерно 15% выставок приходится на страны СНГ, по 30% – на государства Европы и Азии, 11% – на страны Персидского залива и по 7% – на страны Африки, Северной и Южной Америки.

Совместно с МИД России ТПП РФ проводится работа по определению наиболее важных, приоритетных для развития отечественной экономики зарубежных выставочных мероприятий с точки зрения дальнейших перспектив российского экспорта. В результате на основе обобщенных конъюнктурных материалов российских посольств и других росзагранпредставительств сформирована база зарубежных выставок и ярмарок, которые рекомендованы для участия территориальным ТПП, производственным и торговым компаниям.

С целью эффективного использования действующих государственных механизмов поддержки отечественных товаропроизводителей

и экспортеров ТПП РФ в последние годы активно участвует как в формировании, так и в исполнении ежегодного перечня зарубежных выставочных мероприятий, проходящих с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета.

В настоящее время **112** территориальных ТПП занимаются организацией и проведением **торгово-экономических миссий и презентаций**. В 2012 году число организуемых палатами торгово-экономических миссий достигло 1 371 (рост на 9,9% по сравнению с 2011 годом). За последние семь лет их число увеличилось более чем в 1,5 раза.

В общем объеме организуемых территориальными ТПП деловых визитов 60% приходится на соседние регионы. Из числа выездных мероприятий за рубеж 43% торгово-экономических миссий приходится на страны СНГ, 37% – Европы, 17% – Азии, 2% – Южной Америки, 1% – Африки.

Среди европейских государств лидерами по количеству выездных мероприятий являются Германия, Италия, Польша, Турция, Франция, Чехия, из государств СНГ – Белоруссия, Казахстан, Украина, Узбекистан, из стран Азии – Китай, Индия, Республика Корея.

При этом отмечается возрастающий интерес со стороны зарубежных партнеров ряда стран к поездкам в российские регионы, в частности в Москву, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Казань, Калугу, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Краснодар и др. Около 70% деловых миссий территориальных ТПП имеют реальный практический результат.

Важным вопросом сегодня является совершенствование механизмов организации российских экспозиций за рубежом с частичным финансированием из федерального бюджета. Ряд действующих механизмов в этой части требует обновления. Это несовершенная практика формирования федерального перечня выставок и экспозиций на них, конкурсного отбора операторов и оценки результатов мероприятия.

Важной составляющей деловой жизни и существенным фактором укрепления сотрудничества и развития бизнеса являются конгрессные мероприятия. **Проведение международных конгрессных мероприятий** стимулирует научный обмен и экономический рост, способствует внедрению инноваций в научной и деловой сфере, приносит существенные выгоды экономике страны.

По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA), в 2010 году в мире было проведено 9 120 международных деловых событий, в 2011 году – 10 070 мероприятий, в 2012 году – уже 11 150².

В первой пятерке стран – лидеров 2012 года по проведению на своей территории конгрессов и конференций, организуемых международными ассоциациями, находятся следующие страны, сохранившие свои позиции с 2010 года:

- США – 833 мероприятия;
- Германия – 649 мероприятий;
- Испания – 550 мероприятий;

² Приложение 2

- Великобритания – 477 мероприятий;
- Франция – 469 мероприятий.

По количеству международных конгрессных мероприятий Россия, по данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) за 2012 год, занимает **41-е место в мире**, а по числу мероприятий среди городов – 60-е (г. Санкт-Петербург) и 72-е (г. Москва).

В России сегодня **отсутствуют профессиональные конгрессные ассоциации и объединения**. Между тем конгрессные мероприятия – это важная составляющая деловой жизни, существенный фактор укрепления и развития бизнеса.

Конгрессные мероприятия стимулируют научный обмен и внедрение инноваций в научной и деловой сфере, расширяют доступ к новым технологиям, ноу-хау, специализированным услугам и совместным кооперационным проектам. Международные конгрессные мероприятия являются эффективным инструментом развития инфраструктуры крупных городов и регионов, повышения их инвестиционной привлекательности, способствуют мобилизации интеллектуального потенциала и росту престижа государства.

Вместе с тем очевидно, что роль и место конгрессной деятельности в экономическом развитии страны сегодня явно недооценены. Все развитые государства активно инвестируют в эту сферу, справедливо воспринимая ее как один из серьезных рычагов ускоренного развития экономики.

Привлечение государственных средств в эту отрасль с помощью федеральной целевой программы, а также государственно-частное партнерство помогло бы также усилить в конгрессной деятельности наукоемкие, инновационные аспекты, ориентировать ее на решение наиболее важных для отечественной экономики проблем.

2.3. РОЛЬ ОТРАСЛЕВЫХ СОЮЗОВ И АССОЦИАЦИЙ

Успешная реализация выставочных проектов, их уровень и масштаб во многом зависят от взаимодействия выставочных организаций с отраслевыми и профессиональными союзами и ассоциациями.

Это связано с тем, что отраслевые общественные организации детально и профессионально разбираются в номенклатуре промышленной продукции и тонкостях организации процесса ее продвижения, хорошо знают конъюнктуру товарных рынков и потребности производителей и поставщиков товаров и услуг.

Сегодня союзы и ассоциации разрабатывают и реализуют мероприятия, направленные на продвижение продукции, укрепляют кооперационные внутриотраслевые связи, решают актуальные вопросы информационного и правового обеспечения деятельности соответствующих отраслей экономики, являются главными разработчиками национальных стандартов и отраслевых технических регламентов.

Объединения предпринимателей вносят значительный вклад в гармонизацию российской законодательной базы, способствуя тем самым

привлечению иностранных инвестиций. Являясь организаторами или соорганизаторами промышленных выставок, отраслевые союзы и ассоциации продвигают экспортные возможности России и содействуют появлению в стране новых технологий и производств, оснащенных самым современным оборудованием. Большое значение имеет организация отраслевыми союзами и ассоциациями семинаров, конференций, торгово-экономических миссий и бизнес-презентаций.

Официальная поддержка выставочного мероприятия отраслевыми организациями влияет на его статус и подчеркивает специализацию и значимость выставки.

Широкие возможности и экспертный потенциал этих некоммерческих структур могут и должны быть широко использованы в:

- совершенствовании нормативной правовой базы ВЯиКД;
- координации проведения выставочно-ярмарочных мероприятий и устранении недобросовестной конкуренции на выставочном рынке;
- отборе выставок для включения в план приоритетных российских и зарубежных мероприятий, проводимых с финансовой поддержкой государства;
- конкурсных комиссиях по организации российских дотационных выставок за границей;
- организации коллективных стендов и содействию в предоставлении льготных условий участия в выставках фирмам – членам соответствующих союзов и объединений;
- организации и проведении конференций, семинаров, заседаний круглых столов и профессиональных конкурсов в рамках деловых программ выставок и ярмарок.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Важное место в области ВЯиКД занимает системное информационное обеспечение производителей и поставщиков товаров и услуг – действующих и потенциальных участников и посетителей выставок по широкому спектру вопросов, связанных с выставочными и конгрессными мероприятиями.

Такое информационное обеспечение подразумевает разработку общероссийской информационной системы, обеспечивающей учет выставочных и конгрессных мероприятий, предоставление необходимых сведений о мероприятиях и их организаторах, сроках и месте их проведения, а также о материально-технической базе и инфраструктуре ВЯиКД.

Мероприятия по информационному обеспечению выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности предусматривали бы также:

- продвижение информации о поддерживаемых выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на межрегиональный и федеральный уровень, в том числе в федеральные министерства и ведомства, Торгово-промышленную палату Российской Федерации, отраслевые комитеты, территориальные торгово-промышленные палаты и т.п.;
- развертывание информационной кампании в средствах массовой информации о предстоящем участии в выставках-презентациях региона, привлечение к предстоящему событию внимания потенциальных российских и зарубежных партнеров.

Функционирование информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации может обеспечиваться:

- информационными ресурсами ТПП РФ и ее зарубежных представительств;
- едиными телекоммуникационными комплексами представительств Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам в иностранных государствах;
- информационными возможностями межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия субъектов Федерации, отраслевых ассоциаций и союзов экспортеров;
- информационными возможностями федеральных органов исполнительной власти (Минпромторга России, Минэкономразвития России и других федеральными органами исполнительной власти).

Оптимальной организационной структурой и развитыми компетенциями для разработки, наполнения и обеспечения функционирования общероссийской информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности располагает **ТПП РФ**.

С 2003 года ТПП РФ оказывает организационно-информационную поддержку выставочно-ярмарочным и конгрессным мероприятиям, проводимым в интересах развития и повышения эффективности экономики Российской Федерации. Целью поддержки является содействие российским предпринимателям, товаропроизводителям и экспортерам в продвижении промышленной продукции, товаров и услуг на российский и зарубежный рынки посредством поддержки отдельных мероприятий.

Поддерживается участие российских производителей товаров и услуг в экономически и социально значимых выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, способствующих развитию экономического потенциала России и отдельных регионов и **направленных на:**

- привлечение инвестиций в отдельные отрасли экономики и регионы;
- технологическое обновление и модернизацию приоритетных отраслей промышленности;
- рациональное природопользование и охрану окружающей среды;
- развитие и поддержку малого и среднего бизнеса;
- реализацию инновационных проектов;

- социально-экономическое развитие проблемных регионов;
- пропаганду здорового образа жизни, физкультуры и спорта, защиту материнства и детства;
- развитие экспортных возможностей отраслей и регионов России на рынках стран ближнего и дальнего зарубежья.

Организационно-информационная поддержка ТПП РФ выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий включает в себя участие в работе оргкомитета, открытии и работе мероприятия представителей системы ТПП РФ; направление участникам мероприятия приветствия от имени руководства ТПП РФ; содействие в привлечении к участию в данном мероприятии экспонентов и посетителей; размещение информации о мероприятиях в печатных изданиях ТПП РФ, на официальном интернет-сайте ТПП РФ.

За последнее пятилетие ежегодно при организационно-информационной поддержке ТПП РФ проводится около 150 выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий (в предыдущее пятилетие – около 120). Порядка 50% мероприятий приходится на регионы России, 50% – на Москву.

Среди организаций, подающих заявки на организационно-информационную поддержку, определенное место занимают территориальные торгово-промышленные палаты; на них приходится 30–40 мероприятий плана, что составляет 20–25% (в 2011 году – 23,2%, в 2012 году – 26,5%, в 2013 году – 17,5%).

При формировании планов особое внимание уделяется выставочным мероприятиям, направленным на развитие отраслей, которые входят в число приоритетных национальных проектов. Данные выглядят следующим образом:

ОТРАСЛЬ	2013 год	2012 год	2011 год	2010 год	2009 год	2008 год	2007 год
Всего выставок в плане	183	162	168	159	141	129	150
Сельское хозяйство	18 (9,8%)	12 (7,4%)	12 (7,1%)	12 (7,5%)	12 (8,5%)	4 (3,1%)	13 (8,7%)
Здравоохранение	12 (6,5%)	11 (6,8%)	10 (6,0%)	12 (7,5%)	13 (9,2%)	19 (14,7%)	18 (12,0%)
Образование, инновации и инвестиции	19 (10,4%)	14 (8,6%)	13 (7,7%)	20 (12,5%)	12 (8,6%)	12 (9,3%)	22 (14,7%)
Строительство и жилье	27 (14,7%)	22 (13,6%)	22 (13,1%)	20 (12,5%)	17 (12,1%)	17 (13,2%)	15 (10,0%)
Развитие малого и среднего бизнеса	9 (4,9%)	4 (2,5%)	5 (2,9%)	4 (2,5%)	4 (2,8%)	4 (3,1%)	5 (3,3%)

4. АНАЛИЗ ИМЕЮЩЕЙСЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

По размеру выставочной инфраструктуры Россия находится на 9-м месте в мире с общей закрытой выставочной площадью в 0,78 млн кв. м (что составляет 2,3% от мирового показателя)³.

В Европе наибольшими объемами выставочных площадей располагают:

- Германия – 2,8 млн кв. м (8,4%);
- Италия – 2,2 млн кв. м (7%);
- Франция – 2,1 млн кв. м (6,5%);
- Испания – 1,5 млн кв. м (5%);
- Голландия – 1,0 млн кв. м (3%);
- Великобритания – 0,7 млн кв. м (2,2%).

За пределами Европы:

- США – 6,7 млн кв. м (21%);
- Китай – 4,8 млн кв. м (15%);
- Бразилия – 0,79 млн кв. м (2,31%);
- Канада – 0,68 млн кв. м (2,1%).

По количеству выставочных площадей лидирует Москва, где сосредоточено около 62% общего объема площадей, на втором месте – Санкт-Петербург – 11%, на долю остальных регионов России приходится около 27% выставочных площадей⁴.

С 2007 года произошло удвоение числа региональных выставочных центров. В настоящее время в России создано и работает 49 выставочных комплексов общей закрытой выставочной площадью более 0,78 млн кв. м (для сравнения: в Германии функционирует 22 выставочных комплекса общей площадью 2,75 млн кв. м)⁵.

За последние пять лет введено в эксплуатацию семь новых выставочных комплексов. В их числе: МВДЦ «Сибирь» (г. Красноярск), ГУП «Москва» на ВВЦ, КБЦ «ПетроКонгресс» (г. Санкт-Петербург), ЦМТ (г. Краснодар), «Новосибирск-Экспоцентр» (г. Новосибирск), «Екатеринбург-Экспо» (г. Екатеринбург), «Кузбасская ярмарка» (г. Новокузнецк).

Восемь комплексов созданы с участием торгово-промышленных палат (ТПП РФ – ЦВК «Экспоцентр» и ОАО «ЦМТ», Белгородская ТПП – ООО «Бел-экспоцентр», ТПП Республики Мордовия – ООО «Мордовэкспоцентр», Краснодарская ТПП – ЦМТ (г. Краснодар), а также комплексы с участием Вятской, Иркутской и ТПП Республики Коми).

³ Приложение 3

⁴ Приложение 4

⁵ Приложение 5

Однако следует отметить, что, несмотря на увеличение, выставочная площадь в России составляет 2,3% от мировой выставочной площади. В США этот показатель достигает 21%, в Китае – 15%, Германии – 10%, затем с разрывом в 1% идут Италия, Франция и Испания (7, 6 и 5% соответственно).

Обеспеченность регионов выставочно-ярмарочными площадями сегодня явно недостаточна. В ходе проведенной работы со всеми региональными администрациями ТПП РФ были собраны конкретные предложения по строительству новых и реконструкции уже имеющихся в субъектах Федерации объектов выставочно-ярмарочной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства. Более половины регионов подтвердили свою заинтересованность в развитии выставочно-ярмарочной деятельности, отмечая при этом важность создания оптимизированной материально-технической базы, соответствующей всем мировым стандартам⁶.

5. ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО

Присоединение России к ВТО, сопровождающееся снижением уровня торговой защиты внутреннего рынка и улучшением условий доступа на внешние рынки, ставит новые задачи перед бизнесом. Рост активности международной торговли предъявляет дополнительный спрос на выставочно-ярмарочные услуги, которые являются важным инструментом продвижения товаров и услуг на внешние рынки. Вместе с тем в новых условиях повышается вероятность усиления конкуренции со стороны мировых лидеров отрасли и, как следствие, повышение требований к качеству услуг и продуктов.

Следует отметить, что в условиях ВТО сохраняется возможность государственной поддержки отрасли – правила ВТО не запрещают государственного субсидирования выставочно-ярмарочной деятельности, что позволяет участникам ВТО проводить соответствующие программы при условии, что они не направлены на импортозамещение или прямую поддержку экспортеров. Так, например, в Китае предприятиям текстильной отрасли предоставляются субсидии на участие в международных выставках в рамках глобальной программы по продвижению и развитию китайских брендов⁷.

Членство в ВТО подразумевает исполнение общих правил и индивидуальных обязательств стран, однако на сегодняшний день соглашения ВТО не регламентируют напрямую ВЯиКД. Исключения могут составлять поло-

⁶ Приложение 6

⁷ <http://www.ncto.org/Newsroom/chinesesubsidies.pdf>

жения принятого на последней Министерской конференции ВТО Соглашения по упрощению таможенных процедур, согласно которому все 159 стран ВТО должны гарантировать специальные условия временного ввоза товаров, в том числе коммерческих образцов для выставок, что может дать дополнительный импульс развития отрасли.

6. ИНФОРМАЦИЯ О ХОДЕ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В 2001 году на заседании Правительства Российской Федерации (протокол №12 от 29 марта 2001 г.) была одобрена Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации, целью которой являлась разработка мер, обеспечивающих:

- повышение эффективности выставочной деятельности как одного из рычагов развития рынков;
- развитие внешнеэкономических связей организаций и регионов Российской Федерации, содействие повышению эффективности экспорта отечественной продукции;
- удовлетворение растущего спроса российских организаций на услуги выставочно-ярмарочной сферы;
- развитие внутреннего рынка Российской Федерации, наполнение его качественными конкурентоспособными товарами.

По прошествии 10 лет с учетом глобальных тенденций мирового развития и изменений в структуре мировой экономики назрела необходимость актуализации проблем, задач и путей их решения.

После соответствующих поручений Правительства России Минпромторгу России, Минэкономразвития России, Минрегиону России совместно с ТПП РФ (по формированию в субъектах РФ выставочно-ярмарочной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства, ВП-П13-7902 от 11 ноября 2011 г.) и по разработке Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности (ВЗ-П2-557 от 2 февраля 2012 г.) рабочей группой, куда вошли представители вышеназванных организаций, а также администраций субъектов Российской Федерации, территориальных торгово-промышленных палат, Российского союза выставок и ярмарок, был подготовлен проект Концепции развития выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и план мероприятий по ее реализации.

Проект указанного документа направлен на разработку мер по реализации **приоритетных направлений развития ВЯиКД:**

1. Совершенствование нормативного правового регулирования.
2. Развитие материально-технической базы.

3. Повышение экономической эффективности ВЯиКД и увеличение на этой основе поступлений финансовых средств в федеральный, региональные и местные бюджеты Российской Федерации.

4. Совершенствование механизмов координации, стимулирования участия российских предприятий, особенно малого и среднего бизнеса, в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях:

- проводимых в России;
- проводимых за рубежом.

5. Организация системы профессиональной подготовки выставочных кадров и стимулирование развития научных исследований в сфере ВЯиКД.

6. Продвижение общеэкономической значимости и информационное обеспечение ВЯиКД.

7. Продвижение идеи участия России во всемирных выставках ЭКСПО и борьбы за право организации ЭКСПО в России.

8. Ожидаемые результаты (целевые индикаторы).

В ходе работы, проведенной со всеми региональными администрациями, были собраны конкретные предложения по строительству новых и реконструкции уже имеющихся в субъектах Федерации объектов выставочно-ярмарочной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства. Более половины регионов подтвердили свою заинтересованность в развитии ВЯиКД, отмечая при этом важность создания оптимизированной материально-технической базы, соответствующей всем мировым стандартам.

В настоящее время проект Концепции и плана мероприятий по ее реализации находится в Минпромторге России для внесения в установленном порядке в Правительство Российской Федерации.

7. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Среди основных задач выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности можно выделить следующие:

- на федеральном уровне:
 - содействие продвижению и реализации товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках;
 - содействие инновационному развитию и привлечению иностранных инвестиций;
 - расширение и диверсификация российского высокотехнологичного экспорта;

-
- повышение экономической эффективности ВЯиКД и пополнение на этой основе валового регионального продукта (ВРП) и бюджетов различных уровней;
 - обеспечение занятости населения за счет создания новых рабочих мест в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии и смежных отраслях;
 - формирование положительного имиджа страны в мире;
- на региональном уровне:
- повышение деловой активности в регионах;
 - развитие региональных экономик;
 - эффективное рыночное позиционирование территорий.

Необходимые условия для реализации указанных задач:

- совершенствование нормативного правового регулирования, включая разработку Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации»;
- оптимизация системы координации ВЯиКД на уровне федеральных и региональных органов исполнительной власти, торгово-промышленных палат, выставочного сообщества и общественных объединений;
- совершенствование и развитие всех форм государственной поддержки ВЯиКД, а также стимулирование участия российских товаропроизводителей в международных промышленных выставках, проводимых в России и за рубежом;
- развитие современной материально-технической базы и инфраструктуры ВЯиКД, в том числе на основе использования механизмов государственно-частного партнерства;
- принятие долгосрочных и среднесрочных федеральных и региональных программ развития ВЯиКД;
- повышение эффективности российского участия в зарубежных выставочно-конгрессных мероприятиях на основе тщательного отбора мероприятий по стратегически востребованным для Российской Федерации отраслям и демонстрации новых отечественных разработок, технологий, товаров и услуг;
- организация за рубежом национальных российских экспозиций, представляющих научно-технические и инновационные достижения России;
- организация деловых миссий / производственных туров, ориентированных на конкретные торгово-экономические задачи, в зарубежные страны и на крупные международные выставочно-конгрессные мероприятия, проводимые в России;
- создание национального / городского Конгрессного бюро с целью организации активной деятельности по продвижению конгрессных возможностей страны / городов на международном и внутреннем рынках;
- использование выставочно-конгрессного потенциала в рамках международного интеграционного сотрудничества для реализации проектов в области торговли, диверсификации экономики, модернизации

- промышленного производства, развития энергетического потенциала, транспортно-логистического комплекса, инновационного потенциала региона и др.;
- разработка единой методики определения социально-экономической и бюджетной эффективности ВЯиКД;
 - присвоение выставочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации отраслевого кода согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) как отдельному сегменту отечественной экономики;
 - развитие информационного обеспечения ВЯиКД.

Весьма полезным представляется создание **Совета при Председателе Совета Федерации ФС РФ по вопросам поддержки товаропроизводителей и выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации**. Этот орган мог бы содействовать совершенствованию отраслевой законодательной базы, разработке региональных программ развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и ее региональной инфраструктуры, продвижению регионального потенциала выставочными средствами, поддержке и стимуляции выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности товаропроизводителей, поддержке приоритетных для экономики выставочных проектов, утверждению честных правил игры на рынке, информационному обеспечению отрасли и другим актуальным отраслевым вопросам.

Предложенные меры благоприятно скажутся на развитии выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, поднимут авторитет России как в международном, выставочном, так и в бизнес-сообществе в целом.

Анализ положений министерств и ведомств, определяющих их отношение к ВЯиКД

1	Министерство внутренних дел Российской Федерации	В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.
2	Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий	В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.
3	Министерство иностранных дел Российской Федерации	В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.
4	Министерство обороны Российской Федерации	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p> <p>Положение о Федеральной службе по военно-техническому сотрудничеству (ФСВТС России, подведомственна Минобороны России)</p> <p>ФСВТС России осуществляет следующие полномочия:</p> <p>1) Осуществляет в соответствии с законодательством Российской Федерации контроль и надзор: за маркетинговой, рекламной, рекламно-выставочной деятельностью в области военно-технического сотрудничества.</p> <p>2) Принимает решения: – об организации выставок и показов образцов продукции военного назначения в Российской Федерации и в иностранных государствах в порядке, установленном Правительством Российской Федерации; – об утверждении перечней образцов продукции военного назначения, предлагаемой к экспонированию на выставках и экспозициях.</p> <p>3) Организует выставки и показы образцов продукции военного назначения в Российской Федерации и в иностранных государствах в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.</p>
5	Министерство юстиции Российской Федерации	В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.
6	Министерство здравоохранения Российской Федерации	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p> <p>Ежегодно утверждается План научно-практических мероприятий Министерства здравоохранения Российской Федерации (в 2013 году – 64 мероприятия), содержащий выставки и конгрессы.</p>
7	Министерство культуры Российской Федерации	<p>Положение о Министерстве культуры Российской Федерации</p> <p>Министерство культуры Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: организует конгрессы, конференции, семинары, творческие конкурсы, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности Министерства.</p>

8	Министерство образования и науки Российской Федерации	<p>Положение о Министерстве образования и науки Российской Федерации.</p> <p>Министерство образования и науки Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: организует конгрессы, конференции, олимпиады, семинары, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности.</p>
9	Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации	<p>В Положении о Министерстве ВЯИКД не упоминается.</p>
10	Министерство промышленности и торговли Российской Федерации	<p>I. Общие положения</p> <p>Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по поддержке экспорта промышленной продукции, обеспечения доступа на рынки товаров и услуг, выставочной и ярмарочной деятельности.</p> <p>Министерство промышленности и торговли Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: организует конгрессы, конференции, семинары, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности Министерства.</p> <p>Положение о Департаменте внешнеэкономических отношений Министерства промышленности и торговли Российской Федерации» от 8 апреля 2009 г. Утверждено Приказом Минпромторга России №65 от 8 августа 2008 г.</p> <p>Основными задачами Департамента являются: обеспечение организации и государственной поддержки выставочно-ярмарочной деятельности Российской Федерации за рубежом.</p> <p>Департамент в соответствии с возложенными на него задачами в установленном порядке осуществляет следующие функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> – участвует в подготовке предложений, разработке и согласовании проектов законодательных и других нормативных правовых актов, относящихся к вопросам внешнеэкономических отношений, включая вопросы двустороннего и многостороннего сотрудничества, государственной поддержке экспорта, таможенно-тарифному регулированию, выставочно-ярмарочной деятельности и протокольному обеспечению деятельности Министерства; – разрабатывает предложения по определению приоритетов и основных направлений деятельности Министерства в области государственной поддержки выставочно-ярмарочной деятельности и координации участников внешнеэкономической деятельности; – обеспечивает реализацию полномочий Министерства по координации работы федеральных и региональных органов исполнительной власти, торгово-промышленных палат, предпринимательских и отраслевых союзов в области выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации и за рубежом, в том числе при подготовке российского участия во всемирных выставках ЭКСПО, российских национальных выставках за рубежом, а также международных выставках продукции военно-технического назначения на территории Российской Федерации и за рубежом;

10

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации

– организует в рамках своей компетенции участие российских производителей товаров и услуг в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета, консультационное содействие участникам российских экспозиций и их организационную поддержку;

– участвует в разработке предложений по формированию федерального бюджета в части финансирования российских экспозиций на международных выставках и ярмарках за рубежом;

– осуществляет взаимодействие с международными организациями и объединениями в рамках своей компетенции;

– подготавливает материалы для организации в установленном порядке конкурсов по отбору выставочных операторов на право организации российских экспозиций на зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета;

– оказывает организационное содействие организаторам выставочно-ярмарочных мероприятий на территории Российской Федерации путем информирования о проводимых мероприятиях заинтересованных иностранных компаний и организаций через аппарат торговых представителей Российской Федерации за рубежом.

Приказом Минпромторга России №374 «**О Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности**» от 2 декабря 2008 г. была создана Межведомственная комиссия с целью обеспечения согласованных действий заинтересованных федеральных органов исполнительной власти при решении вопросов выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Этим же приказом было утверждено положение о деятельности Комиссии. Председателем Комиссии по должности является заместитель Министра промышленности и торговли Российской Федерации. Персональный состав Комиссии формируется из представителей министерств Российской Федерации.

Основными задачами Комиссии являются:

– координация действий заинтересованных федеральных органов исполнительной власти и организаций в области выставочно-ярмарочной деятельности;

– содействие продвижению отечественных товаров, наукоемких технологий и образовательных услуг на внешние и внутренние рынки товаров и услуг;

– совершенствование нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации;

– контроль за рациональным использованием федеральных средств, выделяемых на финансирование подготовки и проведение экспозиций Российской Федерации на общеотраслевых и специализированных всемирных, международных, национальных выставках и ярмарках, проводимых за рубежом;

– содействие соблюдению принципов международной выставочно-ярмарочной деятельности, провозглашенных Парижской конвенцией 1928 года о международных выставках, а также других международных обязательств, вытекающих из соглашений Российской Федерации с зарубежными странами по этим вопросам.

<p>10</p>	<p>Министерство промышленности и торговли Российской Федерации</p>	<p>Комиссия в соответствии с возложенными на нее задачами:</p> <ul style="list-style-type: none"> – координирует работу по отбору конкурентной продукции, перспективных технологий, идей для формирования российских экспозиций за рубежом с учетом приоритетных направлений российской экономики; – определяет принципы формирования и согласовывает Перечень выставок и ярмарок, проводимых за рубежом, на которых планируется организация российских экспозиций, частично финансируемых за счет средств федерального бюджета; – разрабатывает рекомендации по совершенствованию материально-технической базы; – оказывает содействие в организационно-технической поддержке выставочно-ярмарочной деятельности с учетом наиболее перспективных направлений российской экономики; – инициирует разработку проектов нормативных правовых актов по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности; – рассматривает вопросы, связанные с планом реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации; – рассматривает вопросы, связанные с использованием средств, выделяемых из федерального бюджета, на финансирование подготовки и проведение экспозиций Российской Федерации на международных выставках и ярмарках; – рассматривает ежегодные отчеты об итогах проведения российских экспозиций на международных выставках и ярмарках, включенных в Перечень, подводит итоги эффективности использования выделенных на эти цели средств; – проводит заслушивание докладов федеральных министерств (выставочных операторов), ответственных за организацию российской экспозиции на международных выставках (ярмарках), включенных в Перечень, и вырабатывает рекомендации с целью повышения эффективности работы по данному направлению; – осуществляет взаимодействие с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, стран Содружества Независимых Государств, а также других зарубежных государств по вопросам, относящимся к компетенции Комиссии; – сотрудничает с международными государственными и негосударственными организациями по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности, разрабатывает рекомендации по участию в работе международных конференций, семинаров, симпозиумов, совещаний по вопросам, касающимся этой деятельности; – разрабатывает рекомендации по вопросу создания единой системы информационного обеспечения выставочно-ярмарочной деятельности. <p>Организационно-техническое обеспечение деятельности Комиссии осуществляется Департаментом внешнеэкономических отношений Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.</p>
<p>11</p>	<p>Министерство Российской Федерации по развитию Дальнего Востока</p>	<p>Регламент Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока</p>

		<p>Полномочия Министерства в установленной Правительством сфере деятельности включают в себя проведение конгрессов, конференций, семинаров, выставок и других мероприятий в установленной сфере деятельности.</p>
12	<p>Министерство регионального развития Российской Федерации</p>	<p>Положение о Министерстве регионального развития Российской Федерации.</p> <p>Министерство регионального развития Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: проведение конгрессов, конференций, семинаров, выставок и других мероприятий в установленной сфере деятельности.</p>
13	<p>Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации</p>	<p>Положение о Министерстве связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.</p> <p>Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: организует конгрессы, конференции, семинары и другие мероприятия в сфере деятельности Министерства.</p>
14	<p>Министерство сельского хозяйства Российской Федерации</p>	<p>Положение о Министерстве сельского хозяйства Российской Федерации.</p> <p>Министерство сельского хозяйства Российской Федерации организует конгрессы, конференции, семинары, выставки и другие мероприятия в установленной сфере деятельности Министерства.</p>
15	<p>Министерство спорта Российской Федерации</p>	<p>Положение о Министерстве спорта Российской Федерации.</p> <p>Министерство спорта Российской Федерации осуществляет следующие полномочия: организует конгрессы, конференции, семинары и другие мероприятия в установленной сфере деятельности Министерства.</p>
16	<p>Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства</p>	<p>Положение о Федеральном агентстве по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству</p> <p>Федеральное агентство по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству осуществляет следующие полномочия в установленной сфере деятельности: организует проведение конгрессов, конференций, семинаров, выставок и других мероприятий в установленной сфере деятельности Агентства.</p>
17	<p>Министерство транспорта Российской Федерации</p>	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p>
18	<p>Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации</p>	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p>
19	<p>Министерство финансов Российской Федерации</p>	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p>
20	<p>Министерство экономического развития Российской Федерации</p>	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p>
21	<p>Министерство энергетики Российской Федерации</p>	<p>В Положении о Министерстве ВЯиКД не упоминается.</p>

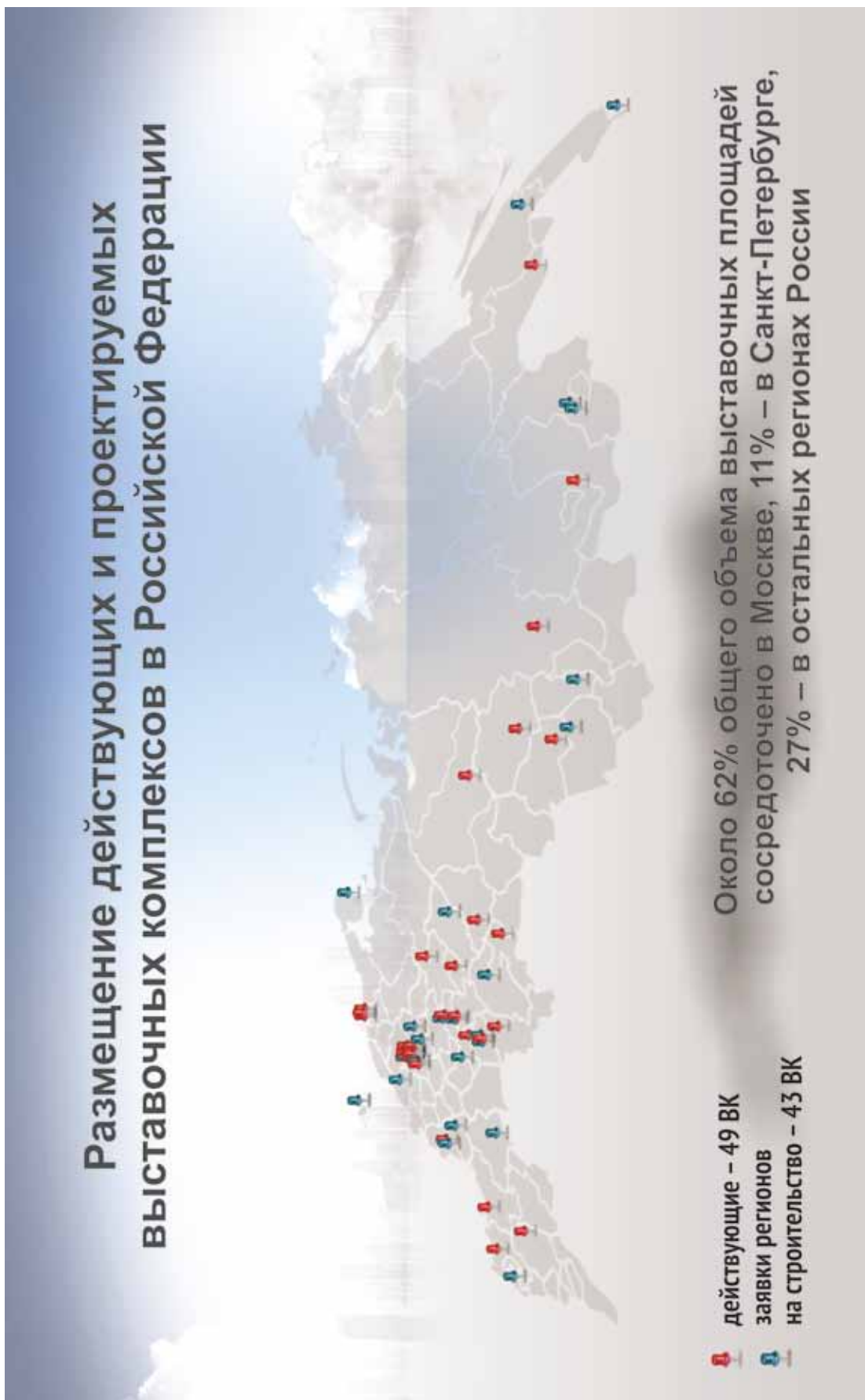
Динамика роста количества выставочных комплексов в России с 1999–2013 гг.



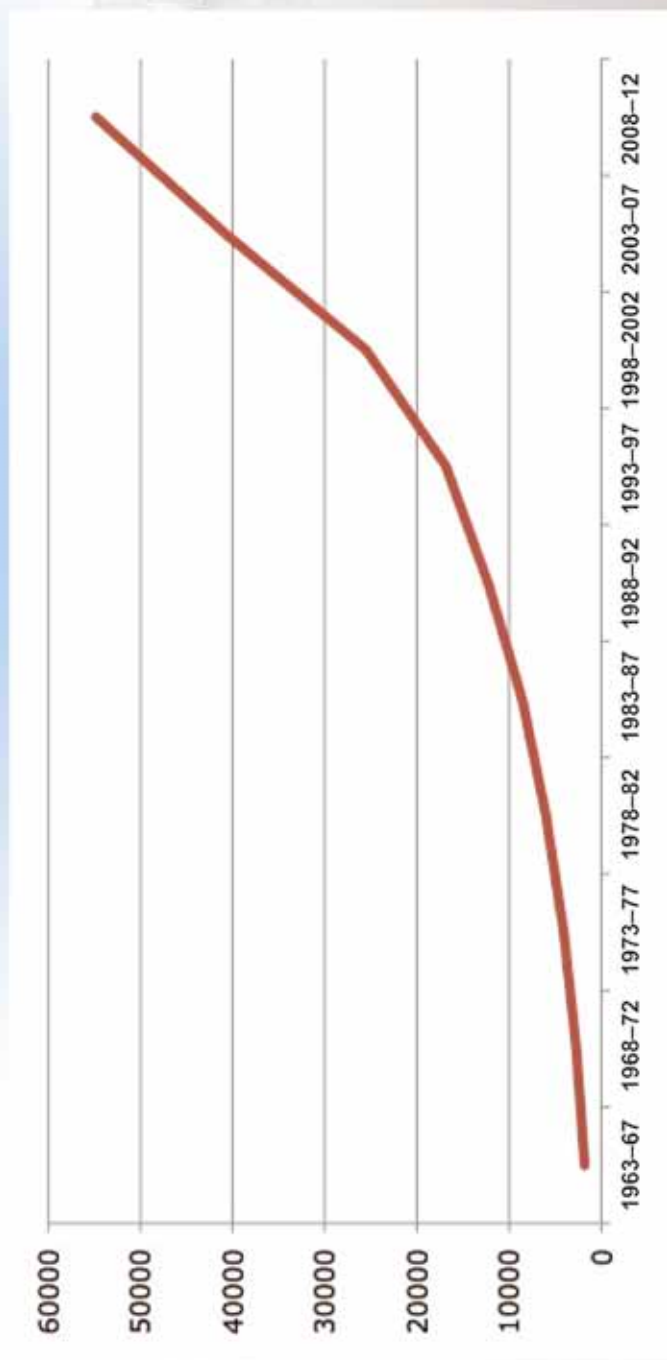


Размещение действующих и проектируемых выставочных комплексов в Российской Федерации

Приложение 4



Динамика роста конгрессных мероприятий в мире (1963–2012)



Состояние ВЯИКД: основные показатели ее развития

Действующие выставочно-конгрессные комплексы

Федеральный округ	Действующие ВК	Закрытая площадь, кв. м
▶ ЦФО	16	466 690
▶ СФО	8	78 340
▶ ЮФО	3	28 850
▶ СКФО	2	11 000
▶ ПФО	9	74 124
▶ УФО	5	61 838
▶ СЗФО	4	46 350
▶ ДФО	2	11 500
▶ Всего по России	49	778 692