

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ ГЕРМАНИИ

Рассматриваются основные преимущества выставочной индустрии в Германии; качество контроля достоверности выставочной информации; способы поддержки участия отечественных производителей в выставках на территории Германии.

Ключевые слова: выставки Германии; выставочная статистика; компенсация выставочных расходов.

E. V. KOMAROVA
*post-graduate student, Baikal State University
of Economics and Law, Irkutsk
e-mail: falkom_18@mail.ru*

GERMANY'S EXPERIENCE IN DEVELOPMENT OF EXHIBITION INDUSTRY

The article deals with the main advantages of the exhibition industry in Germany, the quality of control of exhibition information's reliability and the ways to support the participation of domestic producers in exhibitions in Germany.

Keywords: exhibitions in Germany; exhibition statistics; compensation for exhibition costs.

Выставочно-ярмарочная деятельность России сталкивается с множеством проблем: несовершенство законодательной базы, дефицит достоверной статистической информации, отсутствие системы поддержки малого и среднего бизнеса и др. По нашему мнению, для России примером развития и поддержки выставочно-ярмарочной деятельности может стать Германия. Именно здесь проходят 80 из 150 крупнейших мировых выставок. Ежегодный доход от всех ярмарок в Германии составляет около 2,7 млрд евро (2011 г.) [1].

Выставки в Германии проникнуты глубоким духом сотрудничества между экспонентами, организаторами и посетителями, предлагают качественный сервис и самые актуальные концепции. Это проявляется, прежде всего, в широком спектре предложений на выставочных стендах. Выставки становятся платформами для обмена новыми идеями и решениями. В рамках выставочных мероприятий проводятся спе-

циализированные конгрессы, семинары и симпозиумы международного формата. Дополнительным преимуществом участия в выставках в Германии является ее выгодное географическое положение и высокоразвитая инфраструктура. Большое количество международных аэропортов, развитая сеть автомобильных и железнодорожных путей обеспечивают легкий доступ к местам проведения подобных мероприятий.

Об успешности и высокой организованности выставочной деятельности Германии свидетельствуют следующие цифры (рис. 1, 2).

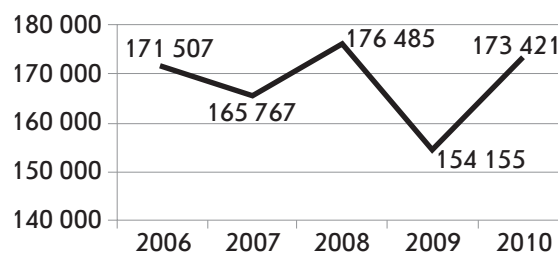


Рис. 1. Количество экспонентов в 2006–2010 гг.

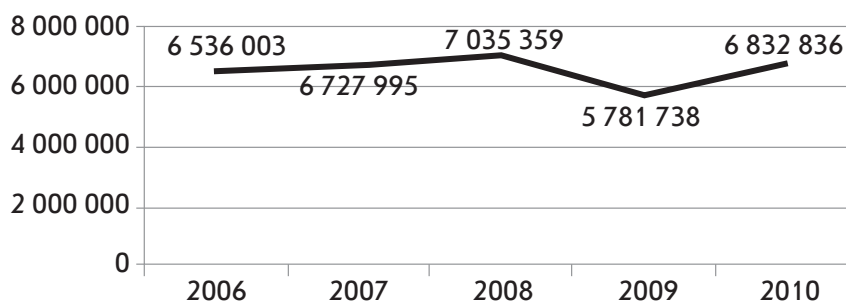


Рис. 2. Общая выставочная площадь в 2006–2010 гг., м²

Несмотря на понижение показателей в 2009 г., что вполне объяснимо в условиях мирового кризиса, Германия в 2010 г. практически вышла по показателям на предкризисный уровень.

В России, как и в Германии, общей чертой выставочно-ярмарочной деятельности в 2009 г. стал ощутимый спад ключевых показателей. Но в Германии, к примеру, общее количество экспонентов в 2009 г. уменьшилось на 4,3% против наших 10,8%, а арендованная площадь — всего на 6% в отличие от наших 30,6%. Да и в предкризисный период наши показатели весьма уступали немецким.

Примечательно, что в этой ситуации, несмотря на кризис, экономические отношения с Россией для немцев остаются на первом плане. Немецкое государство финансирует участие своих фирм в 2009 г. в 51 российской выставке (в 2008 г. — в 44 мероприятиях) [3].

Очень важен и другой факт: впервые федеральные власти организуют коллективное участие немецких фирм в региональных российских выставках, в том числе и в Сибири. В наши дни в Германии все большее распространение находит точка зрения о необходимости построения долгосрочных экономических отношений с Россией. Краткосрочные контакты теряют актуальность. И это самый перспективный подход к отношениям между нашими странами.

Определенно стоит обратить внимание на качество контроля достоверности выставочной информации. В этой стране уже более 30 лет действует Общество добровольного контроля за статистическими данными по выставкам и ярмаркам — FKM. Эта организация предоставляет проверенный, собранный по единым правилам, статистический материал

о выставочных площадях, экспонентах и посетителях, обеспечивает точность и ясность в деле проведения выставок. Под контролем FKM ежегодно находится в среднем около 85% выставочных мероприятий.

Для сравнения, в России о полной (и достоверной) выставочной информации говорить, к сожалению, не приходится. Только в 2003 г. вышел из печати очередной ежегодный «Статистический обзор выставочно-ярмарочной деятельности членов МСВЯ», где впервые были приведены данные о работе не только членов МСВЯ, но и не представленных в Союзе выставочных фирм и целых регионов России.

Сбор статистических данных осуществлялся для оценки состояния выставочной отрасли. Формировали обзор, основываясь на доверии к организатору. Однако, анализируя поступающую выставочную статистику, столкнулись с нередкими случаями искажения информации. В конечном итоге МСВЯ обратился за консультацией к FKM и приступил к разработке соответствующих предложений, которые до сих пор не нашли своей реализации на практике [6].

Важной чертой выставочных центров Германии является то, что они представляют собой акционерные общества. Основные владельцы акций — это власти земель и городов проведения выставок [5]. Наиболее крупным объединением немецкой выставочной отрасли является Комитет немецкой выставочной индустрии (AUMA). Основными задачами AUMA являются поддержка выставочной и ярмарочной деятельности в Германии и за рубежом, развитие и сохранение высокого уровня качества выставок, создание условий для диалога и кооперации между немецкими выставочными компаниями и международным бизнесом, реализация совместных проектов. Кроме того, AUMA

осуществляет координацию немецких выставок за рубежом.

Особого внимания заслуживает опыт поддержки немецким государством участия отечественных производителей в выставках на территории собственной страны.

На общенациональном уровне в Германии федеральные министерства компенсируют 70–80% выставочных расходов.

На уровне федеральной земли — города Берлина программа предусматривает возврат 50% затрат на индивидуальное участие в любых выставках, конгрессах и некоторых других деловых мероприятиях.

Федеральную программу по поддержке молодых инновационных предприятий, участвующих в международных выставках на территории Германии, реализует Федеральное министерство экономики и технологий. В 2010 г. на эти цели было выделено около 3 млн евро.

В утвержденный министерством перечень выставок, где действует данная программа, входят крупнейшие международные смотры на территории Германии, нацеленные на развитие современных технологий и инноваций. При составлении перечня выставок применяются следующие правила. Выставка должна иметь статус международной и (или) межрегиональной, иметь очень большое количество зарубежных участников и посетителей и в обязательном порядке пройти аудит выставочной статистики. В коллективной экспозиции должно быть не менее 10 участников.

В перечень выставок 2012 г. вошли 65 мероприятий. Таким образом, охвачены практически все ведущие международные выставки мирового значения, проходящие на территории Германии, и все основные выставочные площадки страны.

Федеральное министерство экономики и технологий предоставляет предприятию стенд площадью от 6 до 10–15 м² в рамках коллективной экспозиции. Компании компенсируют 80% затрат на участие в данной экспозиции (70%, если это происходит в третий раз в течение года).

Максимальная сумма единовременной выплаты министерством экономики и технологии — 7 500 евро на экспонента.

Практически в каждой федеральной земле Германии действуют свои программы

компенсации выставочных расходов предприятий региона. При расчете компенсации учитываются все затраты: стоимость аренды площади и строительства стенда, транспортные и страховые расходы, затраты на проживание в гостинице, стоимость привлечения переводчиков и другого временного персонала. Немецкое предприятие, отвечающее определенным требованиям (работа на рынке менее 10 лет; численность — до 50 сотрудников; годовой оборот — до 10 млн евро; инновационность продукции), может воспользоваться и федеральными, и региональными субсидиями [2].

В качестве основных слагаемых успеха выставочной деятельности в Германии выделим следующие.

В этой стране регулирование выставочного дела является многоступенчатым и многоплановым. Оно соединяет в себе инициативу государства, международных организаций, внутригосударственных союзов и объединений. Здесь степень государственного контроля наиболее велика в отличие от России, где основным стимулом к организации выставки служит частная инициатива. Можно предположить, что это и есть основная причина лидерства этой страны в выставочной сфере, но и это не все.

Немецкие выставки полностью соответствуют тенденциям мирового развития. Их основными отличительными чертами являются интернациональность, многоплановость и высокая технологичность. Активное содействие выставочному делу в Германии осуществляется на всех уровнях, что способствует ускоренному развитию данной отрасли. Конечно, играют свою роль выгодное географическое положение и высокоразвитая инфраструктура.

В рамках современной системы мировой экономики, которая с каждым днем становится все более динамичной, конкурентной, интегрированной и открытой, выставки приобретают особое значение, выступая неким уникальным механизмом экономического взаимодействия [4]. На примере Германии очевидно, что выставки и ярмарки являются жизненно важной артерией, по которой осуществляется связь между экономикой страны и внешним рынком, создается насыщенное информационное поле и формируется значительный доход государства.

Список использованной литературы

1. Выставочная деятельность — национальный приоритет развития немецкой экономики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pro-germany.ru/content/vystavochnaya-deyatelnost-%E2%80%93-natsionalnyi-prioritet-razvitiya-nemetskoj-ekonomiki>.
2. Деммлер Х. Компенсация расходов экспонентов. Опыт Германии // Экспо Ведомости. 2011. № 3–4. С. 21.
3. Деммлер Х. Россия становится приоритетом № 1 для немецких экспортеров // Экспо Ведомости. 2008. № 5–6. С. 24.
4. Козырская И.Е., Эпова Н.Р. Современные формы международной торговли: учеб. пособие. Иркутск, 2009.
5. Дианов А. Выставки: государственная поддержка // Экспо Ведомости. 2009. № 2. С. 18.
6. Смородова Л.С. Статистика выставок России. Как собрать? Как проверить? [Электронный ресурс]. URL: http://www.informexpo.ru/new/view_content.php?id=104.

Referenses

1. Vystavochnaya deyatel'nost' — natsional'nyi prioritet razvitiya nemetskoj ekonomiki [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.pro-germany.ru/content/vystavochnaya-deyatelnost-%E2%80%93-natsionalnyi-prioritet-razvitiya-nemetskoj-ekonomiki>.
2. Demmler Kh. Kompensatsiya raskhodov eksponentov. Opyt Germanii // Ekspo Vedomosti. 2011. № 3–4. S. 21.
3. Demmler Kh. Rossiya stanovitsya prioritetom 1 dlya nemetskikh eksporterov // Ekspo Vedomosti. 2008. № 5–6. S. 24.
4. Kozyrskaya I.E., Epova N.R. Sovremennye formy mezhdunarodnoi trgovli: ucheb. posobie. Irkutsk, 2009.
5. Dianov A. Vystavki: gosudarstvennaya podderzhka // Ekspo Vedomosti. 2009. № 2. S. 18.
6. Smorodova L.S. Statistika vystavok Rossii. Kak sobrat'? Kak proverit'? [Elektronnyi resurs]. URL: http://www.informexpo.ru/new/view_content.php?id=104.