

Концепция развития ВЯД в РФ

Одобрена Комиссией Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности (протокол №3 от 19 марта 2001 г.).

Одобрена на заседании Правительства Российской Федерации (протокол №12 от 29 марта 2001 года)

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1. Общие положения.

Настоящая Концепция определяет современное состояние и перспективы дальнейшего развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Она направлена на разработку комплекса мер в области государственной координации и поддержки рынка выставочных услуг с учетом интересов отечественных товаропроизводителей-участников выставочно-ярмарочной деятельности, предпринимателей и потребителей, выставочных организаций и представителей всех сфер выставочного бизнеса. Концепция нацелена на поддержку выставочной деятельности в субъектах Российской Федерации, призвана содействовать развитию экономики регионов страны и выходу отечественных организаций на зарубежные рынки.

В рамках настоящей Концепции рассматриваются вопросы, связанные с подготовкой и проведением выставочных мероприятий на территории Российской Федерации, а также участием российских организаций в выставках и ярмарках за рубежом.

1.1. Цель Концепции.

Целью Концепции является разработка мер, направленных на создание условий и формирование механизмов, 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.

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

- действующая нормативная правовая база не в полном объеме регулирует вопросы выставочно-ярмарочной деятельности и требует разработки дополнительных нормативных правовых актов;
- отсутствует скоординированный подход к планированию по срокам и тематике приоритетных выставочных мероприятий, проводимых в России и за рубежом, а также общая идеология формируемых на них экспозиций - в первую очередь, национальных и региональных;
- имеющиеся методики экономического анализа выставочно-ярмарочной деятельности не позволяют в полной мере определить ее влияние на экономику России, не ведется

обобщенная статистика по выставочным организациям, что затрудняет анализ текущего состояния этой сферы деятельности и составление прогноза ее развития;
— отсутствует концептуальный подход федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Федерации к организации выставочно-ярмарочных мероприятий, имеющих особо важное значение для экономики Российской Федерации;

— в ряде случаев имеет место ведомственная разобщенность в подходе к вопросам государственной поддержки выставочно-ярмарочной деятельности;
— материально-техническая база выставочной деятельности недостаточно развита и не в полной мере соответствует международным требованиям.

1.2. Задачи Концепции.

Задачами Концепции являются:

- обеспечение равных условий конкуренции для всех участников выставочно-ярмарочной деятельности;
- содействие координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, торгово-промышленных палат, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций и структур выставочного бизнеса в области организации и проведения приоритетных выставочно-ярмарочных мероприятий;
- разработка основных форм государственной поддержки и стимулирования участия российских организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом - как одно из направлений содействия российскому экспорту;
- определение роли федеральных органов исполнительной власти в координации и поддержке выставочно-ярмарочной деятельности в субъектах Федерации;
- определение основных направлений формирования нормативной правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности;
- разработка основных направлений развития материально-технической базы выставочно-ярмарочной деятельности;
- содействие повышению экономической эффективности выставочно-ярмарочной деятельности и увеличение на этой основе поступлений финансовых средств в федеральный и местные бюджеты Российской Федерации;
- содействие соблюдению в практике выставочно-ярмарочной деятельности принципов и положений, обусловленных в правовой базе международной выставочной деятельности, а также обязательств, вытекающих из соответствующих соглашений Российской Федерации с зарубежными странами;
- организация системы подготовки выставочных кадров и стимулирование развития научных исследований в сфере выставочно-ярмарочной деятельности.

1.3. Основные понятия.

Исключительно в целях настоящей Концепции употребляются следующие понятия.

Выставки и ярмарки - это рыночные мероприятия, на которых экспоненты представляют на основе выставочных образцов производимые товары и услуги.

В рамках выставок и ярмарок организации (экспоненты) с помощью образцов (экспонатов) демонстрируют производимые товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту.

Отличительной чертой ярмарок является то, что они, как правило, предполагают непосредственное осуществление прямых продаж экспонентами демонстрируемой продукции, хотя в настоящее время границы между понятиями "выставки" и "ярмарки" сведены до минимума.

Выставки и ярмарки - как правило, многокомпонентные мероприятия, включающие в себя наряду с демонстрацией экспонатов также конференции, семинары, "круглые столы" и другие мероприятия, выполняющие информационную функцию.

Выставочный организатор - это зарегистрированная в соответствии с российским законодательством организация, основным видом деятельности которой является подготовка и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий в России и за рубежом. Выставочный организатор может быть владельцем выставочных площадей или организовывать выставочно-ярмарочные мероприятия на арендуемых выставочных площадях.

Мультипликативный эффект от выставочно-ярмарочной деятельности - это влияние развития выставочно-ярмарочной деятельности на устойчивый рост спроса на продукцию и услуги соответствующих отраслей, увеличение объемов продаж и чистого объема налоговых поступлений в бюджеты различных уровней, а также на развитие отраслей инфраструктуры и других смежных отраслей, включая социально-экономический эффект в этих отраслях.

Экономическая эффективность - определяет прирост реальных доходов предприятий и финансовых поступлений в бюджеты различных уровней вследствие реализации программ или мероприятий в области выставочно-ярмарочной деятельности.

1.4. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий и организаций.

Для создания эффективной системы координации и поддержки выставочной индустрии необходимо сначала систематизировать и классифицировать выставочно-ярмарочную деятельность.

1.4.1. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий.

Из мирового опыта следует, что выставки/ярмарки принято классифицировать по пяти основным признакам:

- по географическому составу экспонентов (в зависимости от того, какие страны/регионы они представляют);
- по тематическому (отраслевому) признаку;
- по значимости мероприятия для экономики города/региона/страны;
- по территориальному признаку (на территории какой страны проводится выставочное мероприятие);
- по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы).

Классификация выставок/ярмарок по географическому составу экспонентов:

- всемирные (международные выставки, на которых страны демонстрируют свои достижения в области экономики, науки, техники и культуры) - в частности, к таким выставкам относятся всемирные универсальные выставки "ЭКСПО";
- международные (характеризуются участием в них фирм из разных стран, число иностранных участников должно составлять не менее 10% от общего числа экспонентов, выставочное оборудование и предоставляемый набор услуг должны соответствовать международным стандартам);
- с международным участием (с числом иностранных участников менее 10% от общего числа участников);
- национальные (с участием фирм отдельно взятой страны);
- межрегиональные (демонстрирующие продукцию и услуги производителей из нескольких регионов);
- местные (региональные) - с участием фирм только из того города/региона, где

проводится

выставка/ярмарка.

Классификация выставок/ярмарок по отраслевому (тематическому) признаку:
В соответствии с отраслевой принадлежностью выставленных экспонатов выставки/ярмарки подразделяются на:

- универсальные;
- специализированные (многоотраслевые и отраслевые).

Классификация выставок/ярмарок по значимости мероприятия:

- выставки федерального значения (имеющие значение для страны в целом);
- выставки межрегионального значения (имеющие значение для нескольких регионов страны);
- выставки регионального значения (имеющие значение только для одного региона);
- выставки местного значения (имеющие значение для города, области).

Классификация выставок по территориальному признаку (в зависимости от того, на территории какой страны проводится выставочное мероприятие):

- выставки, проводимые внутри страны;
- выставки, проводимые на территории других стран.

Классификация выставок по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы):

- постоянно действующие (0,5-1 год и более);
- временные (0,5-5 месяцев);
- краткосрочные (от 1-5 дней до 0,5 месяца).

1.4.2. Классификация организаторов выставочно-ярмарочных мероприятий.

Организаторами выставочно-ярмарочных мероприятий могут выступать:

- федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации;
- выставочные организации;
- торгово-промышленные палаты (ТПП) - ТПП Российской Федерации и региональные ТПП;
- ассоциации (межрегиональные ассоциации экономического взаимодействия субъектов Федерации, а также отраслевые);
- прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочных мероприятий не является основной деятельностью.

2. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития.

2.1. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности.

На современном этапе экономических преобразований в Российской Федерации выставочно-ярмарочная деятельность превратилась в заметный сегмент рынка. В стране создана выставочная индустрия, тесно связанная с рядом отраслей промышленности, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, специализированные кадры.

Выставочно-ярмарочная деятельность является инструментом макроэкономической и инвестиционной политики. Сегодня выставки и ярмарки обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Выставки являются связующим звеном между внутренними и международными рынками и способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации инвестиционных проектов российских организаций.

По экспертным оценкам, оборот в сфере выставочно-ярмарочной деятельности составляет примерно 200-300 млн. долл. в год. Экономическая эффективность от деятельности 58 выставочных организаций, являющихся членами Союза выставок и ярмарок, может составить в 2004 году 50 - 60 млн. долл. США, в 2010 году - 100 - 110 млн. долл. США.

Важным аспектом выставочно-ярмарочной деятельности является ее социально-экономическая направленность, выражающаяся в создании новых рабочих мест.

Количество занятых непосредственно в выставочных организациях составляет примерно 20 тыс. человек, а с учетом вторичной занятости (в инфраструктуре выставок на срок их проведения) достигает 150 тыс. человек.

Позитивную роль в развитии выставочно-ярмарочной деятельности играют:

- наметившиеся положительные изменения в экономике;
- восстановление и развитие межрегиональных и кооперационных связей;
- увеличение объема инвестиций в российскую экономику;
- рост числа выставочных организаций и, как следствие, образование конкурентной среды, стимулирующей повышение уровня выставочного сервиса и современной выставочной инфраструктуры;
- повышение внимания федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Федерации к проблемам выставочно-ярмарочной деятельности.

2.2. Основные характеристики выставочной деятельности в Российской Федерации:

- В 2000 году в стране было проведено более 2000 выставок.
- Рост числа проводимых выставочных мероприятий с 1991 по 2000 годы составляет 17% в год.
- Суммарная выставочная площадь проводимых мероприятий по данным за 2000 год превышает 1,1 млн. кв.м.
- Выставочно-ярмарочные мероприятия в 2000 году привлекли:
 - свыше 80 тыс. участников,
 - 8,9 млн. посетителей.
- Ежегодно около 14 тыс. иностранных компаний более чем из 80 стран мира принимают участие в выставках, проводимых на территории Российской Федерации.
- Более 260 тыс. иностранных специалистов ежегодно посещают российские выставки.

Распределение	выставок	по	отраслевой	специализации:
· специализированные		выставки	-	85%;
· многоотраслевые		выставки	-	15%.

Наибольший процент в соотношении специализированных выставок и ярмарок по тематическому признаку (согласно Международному классификатору Международного союза ярмарок (UFI)) составляют:

- Информация, связь, офисное оборудование, оргтехника, образование, игровая электроника, соответствующее оборудование - 12%.
- Продукты питания, напитки и табачные изделия, отели, рестораны, организации

общественного питания, соответствующее оборудование - 15%.
 · Здравоохранение, гигиена, охрана труда и безопасность, соответствующее оборудование - 8%.
 · Благоустройство, строительство, оснастка и комплектация, соответствующее оборудование - 8%.

Распределение выставок по составу участников:

· Выставки с международным участием	-	47%.
· Международные выставки	-	27%.
· Региональные выставки	-	25%.
· Национальные выставки (организуемые зарубежными странами)	-	менее 1%.

По объемам проведенных за 2000 год выставочных мероприятий в Российской Федерации могут быть выделены следующие организации:

· ЗАО "Экспоцентр"	(Москва);
· ООО КВЦ "Сокольники"	(Москва);
· ОАО "Сибирская ярмарка"	(Новосибирск);
· ГАО "ВВЦ"	(Москва);
· ОАО "Ленэкспо"	(Санкт-Петербург);
· ЗАО "Рестэк"	(Санкт-Петербург);
· ВАО "Нижегородская ярмарка"	(Нижний Новгород).

2.3. Материально-техническая база выставочной деятельности

В 40 наиболее крупных городах Российской Федерации имеется порядка 350 тыс. кв. м. выставочных площадей, из которых около 270 тыс. кв. м. сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге, остальные примерно поровну распределены между европейской и азиатской частями страны.

Как правило, площадь выставочных комплексов в России составляет от 1 до 5 тыс. кв. м. (за исключением Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода, где есть комплексы площадью 10 тыс. кв. м. и более).

В настоящее время ни один отечественный комплекс по размерам, технической оснащенности и функциональности не может сравниться с ведущими западноевропейскими выставочными комплексами.

Например, средний размер аналогичных комплексов за рубежом составляет не менее 100 тыс. кв. м. В Париже общая выставочная площадь в павильонах составляет 554, 8 тыс. кв. м., в Ганновере - 478,9 тыс. кв. м., во Франкфурте общая площадь выставочного комплекса - 400 тыс. кв. м., в Милане - 270 тыс. кв. м.

Характеристика основных выставочных комплексов в России.

В настоящее время в России имеется 16 выставочных комплексов, которые в основном отвечают техническим требованиям Союза международных ярмарок (UFI).

Основные специализированные выставочные комплексы Российской Федерации:

ГАО "ВВЦ"	(г.Москва)	Закрытая площадь	Открытая площадь
		108,500 тыс. кв. м.,	158,100 тыс. кв. м.;

ЗАО “Экспоцентр”	(г.Москва)	Закрытая площадь 65 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 35 тыс.кв.м.;
ОАО “Ленэкспо”	(Санкт-Петербург)	Закрытая площадь 25 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 60 тыс.кв.м.;
ООО “КВЦ “Сокольники”	(г.Москва)	Закрытая площадь 16 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 5 тыс.кв.м.;
ГП Центр “Москва”	(г.Москва)	Закрытая площадь 15 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 2 тыс.кв.м.,
ВАО “Нижегородская ярмарка”	(г.Нижний Новгород)	Закрытая площадь 12 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 23 тыс.кв.м.,
ОАО “Казанская ярмарка”	(г.Казань)	Закрытая площадь 6,7 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 15 тыс.кв.м.,
ОАО “Сибирская ярмарка”	(г.Новосибирск)	Закрытая площадь 6,5 тыс.кв.м.,	
ОАО “СибЭкспоЦентр”	(г.Иркутск)	Закрытая площадь 4,5 тыс.кв.м.	Открытая площадь 1 тыс.кв.м.
ООО “Башэкспо”	(г.Уфа)	Закрытая площадь 4 тыс.кв.м.	Открытая площадь 2 тыс.кв.м.
ЗАО “Экспо-Волга”	(г.Самара)	Закрытая площадь 0,6 тыс.кв.м.,	Открытая площадь 4,5 тыс.кв.м.,
ООО “Уралэкспоцентр”	(г.Екатеринбург)	Закрытая площадь 1,1 тыс.кв.м.	Открытая площадь 2,5 тыс.кв.м.
ООО “ВЦ “Пермская Ярмарка”	(г.Пермь)	Закрытая площадь 2,7 тыс.кв.м.	Открытая площадь 0,9 тыс.кв.м.
ОАО “Балтик-Экспо”	(г.Калининград)	Закрытая площадь 2,0 тыс.кв.м.	Открытая площадь 1,0 тыс.кв.м.
ЗАО “МТВ-Центр”	(г.Чебоксары)	Закрытая площадь 8,0 тыс.кв.м.	Открытая площадь 5,0 тыс.кв.м.
ОАО “Центр международной торговли”	(г.Москва)	Закрытая площадь 2,0 тыс.кв.м.	Открытая площадь 0,5 тыс.кв.м.

Подавляющее большинство (более 400) российских организаторов не имеют собственных площадей и проводят выставки в дворцах культуры и спорта, производственных площадях, складских помещениях и т.д.

Особое значение имеет наличие на территории Российской Федерации специализированных выставочных центров, территория которых позволяет обеспечить демонстрацию специальной техники в действии. В отношении указанных центров необходимо осуществление комплекса мер по обеспечению безопасности показа продукции специального назначения, недопущению утечки сведений, не подлежащих разглашению, и других защитных мер.

3. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности.

3.1. Характеристика существующей нормативной правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности.

В настоящее время в Российской Федерации в отличие от целого ряда иностранных государств таких, как США, Германия, Италия, Испания, Египет и др., не существует единого правового акта, посвященного регулированию основных аспектов выставочно-ярмарочной деятельности. Различные вопросы указанной деятельности в России регулируются как законодательными актами общего характера, так и нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации.

К числу нормативных правовых актов, регулирующих отношения, напрямую затрагивающие проблематику осуществления выставочно-ярмарочной деятельности, в частности, относятся:

— постановление Правительства Российской Федерации от 12.04.2000г. №328 "О Комиссии Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности";

— постановление Правительства Российской Федерации от 06.01.1997г. №11 "Об усилении контроля за обязательным применением контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением на рынках, ярмарках, в выставочных комплексах и на других территориях, отведенных для осуществления торговли";

— постановление Правительства Российской Федерации от 16.01.1995г. №50 "Об утверждении Положения о порядке контроля за экспортом из Российской Федерации химикатов, оборудования и технологий, которые имеют мирное назначение, но могут быть применены при создании химического оружия" (в части обязательного согласования с Минюстом России заявлений на выдачу заключений о возможности временного вывоза отдельных видов химикатов и оборудования двойного применения для демонстрации на выставках, ярмарках и в рекламных целях);

— распоряжения Правительства Российской Федерации об участии российских организаций в конкретных выставочно-ярмарочных мероприятиях.

Отдельные вопросы общего характера в сфере осуществления выставочно-ярмарочной деятельности регулируются нормативными правовыми актами, являющимися основополагающими для всех отраслей экономики, в том числе, Гражданским кодексом Российской Федерации (заключение договоров), Налоговым кодексом Российской Федерации (порядок налогообложения), Таможенным кодексом Российской Федерации (перемещение товаров, предназначенных для выставок, через таможенную границу Российской Федерации). Также в данной связи можно выделить федеральные законы от 18.07.1999г. № 183-ФЗ "Об экспортном контроле"; от 18.07.1995г. № 108-ФЗ "О рекламе"; от 14.06.1995г. № 88-ФЗ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации"; Закон Российской Федерации от 07.02.1992г. №2300-1 "О защите прав потребителей" и др.

К международно-правовым актам, регулирующим выставочно-ярмарочную деятельность, участницей которых является Российская Федерация, относятся:

— Парижская конвенция 1928 года о международных выставках;

— Соглашение с государствами-участниками СНГ "О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г.;

— Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А.Т.А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.);

— Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.);

Карнет А.Т.А. - международный таможенный документ, утвержденный Таможенной конвенцией о карнете А.Т.А. для временного ввоза товаров от 6 декабря 1961 года (Брюссельской) и дополненный Конвенцией о временном ввозе от 28 июня 1990 года (Стамбульской). Карнет А.Т.А. позволяет осуществлять упрощенное и ускоренное оформление временного ввоза/вывоза товаров в связи с проведением выставок, перемещать через границу образцы товаров, профессиональное оборудование и пр. Брюссельская и Стамбульская конвенции А.Т.А. вступили в силу для Российской Федерации с 18 июля 1996 года. В России функции организации, выдающей карнеты А.Т.А. и гарантирующей уплату таможенной службе пошлин и налогов в случае несвоевременного возвращения/невозвращения экспонатов и выставочного оборудования, выполняет Торгово-промышленная палата Российской Федерации.

— двусторонние соглашения Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве с иностранными государствами, содержащие отдельные положения, касающиеся выставочно-ярмарочной деятельности.

Кроме того, в развитие положений Таможенного кодекса Российской Федерации и упомянутых конвенций ГТК России издает в связи с конкретной выставкой свои ведомственные нормативные правовые акты.

Что касается нормативных правовых актов, регламентирующих порядок подготовки и проведения выставок продукции военного назначения, а также участия российских и иностранных организаций в таких выставках, то к их числу, в частности, относятся:

— Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2000г. №1953 "Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами";

— постановление Правительства Российской Федерации от 13.12.1999г. №1384 "Об утверждении Положения об участии российских организаций в проведении выставок и показов продукции военного назначения";

— распоряжения Правительства Российской Федерации об участии российских организаций в выставках и показах продукции военного назначения в текущем календарном году (полугодии), а также решения Минобороны России о номенклатуре и количестве экспонатов, демонстрируемых на выставках и показах.

Анализируя зарубежный опыт правового регулирования в области выставочно-ярмарочной деятельности, следует отметить, что в отдельных странах разработаны и действуют правовые акты, специально посвященные данному вопросу.

Так, в Италии в 1994 году Декретом Президента Республики был утвержден регламент, упрощающий административные процедуры, связанные с организацией и проведением выставочно-ярмарочной деятельности.

В США действует Закон "Об участии Соединенных Штатов в международных выставках", содержащий положения по вопросам участия Правительства США в международных выставках, проводимых на территории США. В законе предусмотрены порядок осуществления правительственной поддержки выставочно-ярмарочных мероприятий и основания для ее отзыва.

Закон "О торговых ярмарках", принятый в 1959г., устанавливает режим ввоза экспонатов, оборудования и стройматериалов для проводимых на территории США выставок и ярмарок.

Законами о ежегодных ассигнованиях предусматривается выделение средств на финансирование отдельных выставок и ярмарок для ряда федеральных органов и других организаций США.

Кроме того, в рамках "Программы сертифицированных торговых ярмарок" Минторг США спонсирует участие частных фирм в около 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 штатов США действуют местные программы поддержки выставочного бизнеса.

В Испании действует Закон "Об упорядочении выставочной деятельности Автономной области Мадрида", предусматривающий оптимальный уровень качества экспонируемых товаров и участие в экспонировании заинтересованных экономических секторов. Согласно данному закону услуги, предоставляемые организаторами выставочных мероприятий, должны отвечать требованиям экспонентов и посетителей, а также гарантировать безопасность людей и имущества. Закон предоставляет областной администрации Мадрида необходимые средства и полномочия для обеспечения успешного выполнения поставленных задач и соблюдения заложенных в Законе принципов всеми заинтересованными лицами.

3.2. Направления совершенствования нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности.

На настоящем этапе одной из главных задач в области регулирования выставочно-ярмарочной деятельности является установление целесообразности разработки единого основополагающего нормативного правового акта в данной области, а также, в случае признания такой целесообразности, определение конкретного нормативного содержания данного акта.

В случае принятия решения о разработке единого нормативного правового акта, с учетом международного опыта правового регулирования в указанной области, в качестве основных целей указанного нормативного правового акта следовало бы предусмотреть упорядочение регулирования выставочно-ярмарочной деятельности, функционирования организаций, ответственных за проведение выставочных мероприятий.

Однако достижение указанных целей вполне может быть обеспечено путем разработки и принятия нескольких специальных нормативных правовых актов в области выставочно-ярмарочной деятельности с учетом наличия регулирования отдельных вопросов актами общего значения (Гражданским кодексом Российской Федерации, Налоговым кодексом Российской Федерации и др.).

Анализ существующей в Российской Федерации ситуации в области регулирования отношений, связанных с организацией и проведением выставочно-ярмарочных мероприятий, и зарубежного опыта позволяют выделить следующие направления, по которым в целях обеспечения надлежащего регулирования выставочно-ярмарочной деятельности следовало бы разработать соответствующие нормативные правовые акты:

1. Об упорядочении деятельности в области организации и проведения выставок и ярмарок в Российской Федерации.

Данный нормативный правовой акт призван урегулировать, в частности, следующие вопросы:

- определение основных понятий в области выставочно-ярмарочной деятельности (торговые ярмарки, торговые выставки и др.);
- функции федерального органа исполнительной власти, уполномоченного в сфере выставочно-ярмарочной деятельности (в части координации деятельности других федеральных органов исполнительной власти, а также в процессе взаимодействия с субъектами выставочно-ярмарочной деятельности);
- разделение компетенции в сфере выставочно-ярмарочной деятельности между специально уполномоченным федеральным органом исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации;
- порядок осуществления государственной финансовой поддержки выставочно-ярмарочной деятельности, в том числе, в форме технической помощи, с целью активизации такой деятельности, а также источники выделения такой поддержки;
- процедуру предоставления финансово-экономической отчетности организаторами

выставок и ярмарок (сметы и балансы организованных выставок, сведения о количестве экспонентов и посетителей);
— создание и функционирование организационного комитета выставочно-ярмарочных мероприятий.

2. Об общих правилах проведения выставок и ярмарок в Российской Федерации.

Разработка такого акта может представлять целесообразность, в том числе, и с точки зрения содействия выставочным организациям в подготовке документов, определяющих правила функционирования конкретных выставок и ярмарок в России.

Данный нормативный правовой акт мог бы содержать такие положения, как:
— требования к организациям, участвующим в выставочно-ярмарочных мероприятиях, в том числе, в отношении порядка оформления их участия (подача заявления по утвержденной форме и в установленный срок, своевременное предоставление спецификаций товаров, планируемых для экспозиции и др.);
— процедура и критерии допуска к участию и исключения экспонентов;
— права, обязанности и функции администраций выставок и ярмарок в связи с организацией и управлением проведения указанных мероприятий;
— специфические требования, предъявляемые к выставочно-ярмарочным мероприятиям, включая требования к экспонируемым товарам, а также к ответственности и контролю со стороны организаторов выставок (требования к месту проведения ярмарок, наличию внутреннего регламента участия экспонентов; соответствие товаров теме и направлению ярмарки, требования в отношении возможности экспонирования товаров, представляющих угрозу или неудобство для участников выставки);
— порядок организации национальных дней во время проведения ярмарок;
— процедура решения спорных вопросов, возникающих как между участниками выставки, так и между участниками и организаторами выставки.

3. Об упорядочении процедур присвоения выставочно-ярмарочным мероприятиям официального статуса, составления календаря выставок, имеющих официальный статус, и выдачи разрешений на проведение таких выставок.

В данном нормативном правовом акте можно было бы определить:
— органы (как на федеральном уровне - для выставок федерального значения, так и на уровне субъектов Российской Федерации - для выставок, регионального и местного значения), в чью компетенцию входит признание квалификации выставочных мероприятий, принятие решений о выдаче разрешений на их проведение, а также составление ежегодного календаря выставочных мероприятий разного уровня, имеющих официальный статус;
— порядок предоставления заявки о признании квалификации уровня выставки, а также заявки на получение разрешения для ее проведения;
— меры по обеспечению рационального распределения и координации сроков проведения выставочных мероприятий, имеющих официальный статус, в целях нормального составления и соблюдения календарного графика.

Следует иметь в виду, что, исходя из близкого характера регулируемых вопросов, отдельные из вышеперечисленных нормативных правовых актов (разработка которых представляется целесообразной для обеспечения надлежащего правового регулирования в области выставочно-ярмарочной деятельности) могут быть объединены в один нормативный правовой акт. Так, например, положения, предусматривающие упорядочение процедур присвоения международной квалификации выставочным мероприятиям, составления календаря выставок, имеющих официальный статус, и выдачи разрешений на проведение таких выставок, могли бы стать частью нормативного правового акта "Об упорядочении деятельности в области организации и проведения

выставок и ярмарок в Российской Федерации".

Одним из направлений в области разработки мер по обеспечению надлежащего регулирования выставочно-ярмарочной деятельности является анализ наиболее существенных препятствий, возникающих в деятельности организаций, связанной с проведением и участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Необходимо установление возможных законодательных и административных путей устранения таких препятствий. В этой связи представляется полезным провести изучение и обобщение соответствующего опыта зарубежных стран в сфере правового регулирования вопросов, требующих приоритетного урегулирования применительно к российским реалиям в данной области.

Необходимость совершенствования нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной деятельности, как путем внесения соответствующих изменений и дополнений в действующие акты, так и посредством разработки и принятия новых документов правового характера в настоящее время не вызывает сомнения. Основной вопрос состоит в выборе формы осуществления указанного совершенствования: либо с помощью разработки единого основополагающего нормативного правового акта в данной сфере и на его основе нескольких специальных актов, развивающих положения общего акта (в том числе, и на региональном уровне), либо только путем создания комплекса специальных нормативных правовых актов, каждый из которых будет регулировать отдельные вопросы, прямо затрагивающие проблематику выставочно-ярмарочной деятельности.

4. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.

4.1. Координация выставочно-ярмарочной деятельности со стороны государства.

Эффективное развитие выставочно-ярмарочной деятельности требует совместных скоординированных действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, торгово-промышленных палат, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций и структур выставочного бизнеса.

Координация со стороны государства, в первую очередь, должна быть направлена на поддержку мероприятий федерального и межрегионального значения, целью которых является обеспечение условий для повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей, расширение сбыта их продукции на внутреннем и внешних рынках.

С этой целью в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 12.04.2000г. № 328 создана Комиссия Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности.

Указанная Комиссия осуществляет координацию выставочно-ярмарочной деятельности на основе предложений федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, Союза выставок и ярмарок, торгово-промышленных палат, отраслевых ассоциаций.

Комиссия обеспечивает равные условия конкуренции на рынке выставочных услуг. В рамках этой деятельности выбор выставочных организаций на право подготовки и проведения российских экспозиций на международных, национальных и иных выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета осуществляется на основе конкурса в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Определение мероприятий федерального значения из всего многообразия выставок и ярмарок, проводимых в Российской Федерации и за рубежом, осуществляется с целью обеспечения их координации, планирования по срокам и тематике, а также поддержки, включая организационную, финансовую и информационную. Выбор указанных

мероприятий должен производиться на основе системы приоритетов и критериев, разработанных и утвержденных Комиссией Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности.

При этом следует учитывать, что наряду с коммерческими выставками, при проведении которых организаторы окупают вложенные финансовые средства и получают прибыль, проводятся мероприятия федерального и межрегионального значения, цель которых - привлечь и представить как можно больше производителей из различных регионов России, многим из которых для участия в указанных выставках необходима государственная поддержка. В частности, она требуется участникам выставочных мероприятий, связанным с научными разработками, инновациями и изобретениями, а также товаропроизводителям, находящимся в тяжелом финансовом положении и остро нуждающимся в новых рынках сбыта.

Осуществляя координацию выставок федерального значения, Комиссия Правительства Российской Федерации должна направлять их проведение на решение основных задач, связанных с развитием экономики как отдельных регионов Российской Федерации, так и страны в целом.

Кроме того, координация осуществляется на уровне ряда федеральных органов исполнительной власти. В частности, создана Комиссия по выставочной деятельности при Министерстве здравоохранения Российской Федерации, которая осуществляет координацию выставочно-ярмарочной деятельности в отрасли, определяет тематику и планирует выставочные мероприятия с учетом специфики конкретного региона. Подобные структуры, в той или иной мере выполняющие функции координации в отрасли, имеются при Минпромнауки России, Минатоме России, Минсельхозе России.

Координация выставочно-ярмарочной деятельности осуществляется также и на уровне субъектов Федерации через создание выставочных комитетов или комиссий при администрациях или правительствах субъектов Федерации. В частности, созданы Выставочный комитет при Правительстве Санкт-Петербурга, Выставочный комитет при Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов Федерации "Северо-Запад".

Кроме того, сформирован ряд общественных организаций в области выставочно-ярмарочной деятельности, призванных способствовать становлению цивилизованного рынка выставочных услуг: Межгосударственный Совет СНГ по выставочно-ярмарочной деятельности, Комитет ТПП Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности, Союз выставок и ярмарок (объединяет 58 действительных и ассоциированных членов), а также различные региональные структуры (координационные советы, гильдии, ассоциации).

Торгово-промышленные палаты в рамках своей компетенции обеспечивают на федеральном и региональном уровнях:

- представительство интересов участников выставочной деятельности в федеральных органах исполнительной власти и органах исполнительной власти субъектов Федерации;
- организационную поддержку российских и иностранных участников выставочной деятельности;
- оформление документов по экспортно-импортным операциям выставочно-ярмарочного бизнеса (Карнета А.Т.А.);
- третейский суд в правовом поле выставочной деятельности, коммерческий арбитраж, консалтинг, аудит.

Союз выставок и ярмарок в рамках своей компетенции осуществляет:

- создание единой информационной базы выставочной деятельности, включающей информацию о выставочно-ярмарочных мероприятиях, их организаторах и материально-технической базе;
- ведение статистики, осуществление мониторинга, оценку экономической

эффективности выставочных мероприятий;
— представительство интересов участников выставочной деятельности в федеральных органах исполнительной власти и органах исполнительной власти субъектов Федерации.

В Германии все компании и фирмы, занимающиеся организацией и проведением выставок, объединены в Выставочный комитет немецкой экономики (АУМА). Задачами Комитета являются координация и планирование выставок и ярмарок в Германии и за рубежом, информационное и консультационное содействие, взаимодействие с общественными организациями.

В ФРГ более 30 лет действует Общество добровольного контроля за статистическими данными по выставкам и ярмаркам. Эта организация контролирует примерно 85% выставок и обеспечивает по ним достоверную статистическую информацию. Общее количество выставок, проводимых в ФРГ ежегодно, относительно невелико: 110-115 специализированных или многоотраслевых выставок-ярмарок.

Предполагается, что Союз выставок и ярмарок возглавит работу по проведению добровольной сертификации выставочно-ярмарочной деятельности, которая будет представлять собой защиту от проникновения в отрасль недобросовестных, не имеющих достаточного опыта и квалификации фирм-устроителей выставок, не обеспечивающих экспонентам достаточный выбор и уровень качества предоставляемых услуг.

Добровольный характер сертификации имеет целью, прежде всего, подтверждение деловой репутации и высокой квалификации выставочной организации и ни в коем случае не ограничивает свободу конкуренции в области выставочно-ярмарочной деятельности для всех ее участников.

Подобная система взаимодействия государства и субъектов выставочной деятельности позволит повысить экономическую эффективность проводимых выставочно-ярмарочных мероприятий.

4.2. Формы государственной поддержки выставочно-ярмарочной деятельности.

Государственная поддержка выставочной деятельности может быть оказана в следующих формах:

1. организационной;
2. финансовой:
 - в форме финансовой поддержки участия российских организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях;
 - в форме оказания финансового содействия модернизации и реконструкции материально-технической базы выставочной деятельности;
3. информационной.

4.2.1. Организационная поддержка.

Организационная поддержка со стороны государства должна оказываться:
— при подготовке и проведении приоритетных с точки зрения российской экономики выставочно-ярмарочных мероприятий на территории Российской Федерации (мероприятий федерального, регионального и межрегионального значения);
— при организации участия российских организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом, имеющих наиболее важное значение с точки зрения торгово-политических и экономических интересов Российской Федерации.

Решение об оказании организационной поддержки выставочно-ярмарочным мероприятиям федерального значения, проводимым на территории Российской Федерации, принимается Комиссией Правительства Российской Федерации по

выставочно-ярмарочной деятельности на основании предложений федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, Союза выставок и ярмарок, торгово-промышленных палат, отраслевых ассоциаций.

Организационная поддержка со стороны федеральных органов исполнительной власти оказывается выставочно-ярмарочным мероприятиям, имеющим приоритетное значение для развития отрасли, региона или Российской Федерации в целом.

При подготовке регионального мероприятия целесообразность его проведения согласуется с органами исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации.

В свою очередь, принятие решения об оказании организационной поддержки российским участникам выставочно-ярмарочного мероприятия, проводимого за рубежом, должно основываться на предложениях федеральных органов исполнительной власти и ведомств, принимающих участие в организации российских экспозиций на выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом (Минэкономразвития России, Минфина России, Минпромнауки России, МИДа России и других); органов исполнительной власти субъектов Федерации; представительств Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам и посольств Российской Федерации в соответствующих государствах. При этом принимаются во внимание предложения Союза выставок и ярмарок, торгово-промышленных палат, отраслевых и межрегиональных ассоциаций, союзов экспортеров, выставочных центров и организаций.

Отбираются, как правило, крупнейшие международные выставки и ярмарки, носящие многопрофильный характер и демонстрирующие новейшие достижения промышленности и науки, а также имеющие приоритетное значение для России с точки зрения продвижения отечественной экспортной продукции на рынки стран того или иного региона мира.

Необходимо учитывать, что организационная поддержка выставочно-ярмарочного мероприятия тесно связана с информационной поддержкой и может выражаться: — в оказании содействия со стороны федеральных органов исполнительной власти в привлечении российских организаций - участников выставки (ярмарки); — в формировании организационного комитета - исполнительной дирекции, подготовке распоряжения Правительства Российской Федерации для подготовки наиболее значимых выставочно-ярмарочных мероприятий с целью координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, повышения уровня мероприятия, придания ему статуса государственной поддержки;

— в привлечении представительств Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам и посольств Российской Федерации в иностранных государствах, представительств Торгово-промышленной палаты Российской Федерации за рубежом к организации выставочно-ярмарочных мероприятий за рубежом, а также к приглашению иностранных участников для международных выставок и ярмарок на территории Российской Федерации.

Кроме того, федеральные органы исполнительной власти в зависимости от уровня проводимого мероприятия могут в случае необходимости применять по своему усмотрению и другие формы организационного содействия.

4.2.2. Финансовая поддержка.

<u>Финансовая</u>	<u>поддержка</u>	<u>выставочных</u>	<u>мероприятий.</u>
-------------------	------------------	--------------------	---------------------

Федеральный орган исполнительной власти, на который Правительством Российской Федерации непосредственно возложена координация работы федеральных органов исполнительной власти и организаций в области выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации и за рубежом, ежегодно готовит предложения с целью

предусмотреть в проекте федерального бюджета Российской Федерации на очередной год финансовые средства на развитие выставочно-ярмарочной деятельности.

Комиссия Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности рассматривает и утверждает подготовленный вышеуказанным федеральным органом исполнительной власти совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, организациями и ведомствами перечень выставочно-ярмарочных мероприятий на очередной год, на которых планируются российские экспозиции с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета.

Финансовая поддержка участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях осуществляется в пределах средств, предусматриваемых как в федеральном бюджете Российской Федерации, так и в бюджетах субъектов Федерации, а также за счет средств участников и спонсоров выставочно-ярмарочной деятельности.

Финансовая поддержка развития материально-технической базы выставочной деятельности.

С целью финансовой поддержки развития и совершенствования материально-технической базы выставочной деятельности необходимо рассмотреть вопрос о разработке программы развития материально-технической базы выставочно-ярмарочной деятельности.

Указанная программа должна содержать данные о состоянии всех выставочных комплексов Российской Федерации, их характеристики, описание проводимых выставочных мероприятий, экономико-финансовые показатели, расчет прибыли и убытков за предшествующий год, общую оценку финансового состояния комплекса, потребность в финансировании текущей деятельности, бюджетной эффективности комплекса за предшествующий год, проект развития комплекса с экономико-финансовыми показателями, план ввода дополнительных мощностей, план-график инвестиций, оценку экономического эффекта от реформирования выставочной деятельности комплекса и перспективы развития комплекса.

Основное внимание в указанной программе должно быть уделено вопросам привлечения инвестиций, в том числе, иностранных, для осуществления проектов, связанных с реконструкцией и модернизацией выставочных комплексов, а также обоснованию возможности выделения с этой целью финансовых средств из федерального и региональных бюджетов.

4.2.3. Информационная поддержка.

Основной задачей информационной поддержки является создание интегрированной информационной системы обеспечения выставочно-ярмарочной деятельности на:

— информационных ресурсы Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и ее зарубежных представительств;

— единые телекоммуникационные комплексы представительств Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам в иностранных государствах;

— информационные возможности межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия субъектов Федерации, отраслевых ассоциаций и союзов экспортеров;

— информационные возможности федеральных органов исполнительной власти (в частности, ресурсы уполномоченных Минэкономразвития России в субъектах Федерации, региональные представительства ряда других федеральных органов исполнительной власти).

Эта консолидированная информационная система позволит организовать информационное обеспечение российских товаропроизводителей - потенциальных

участников выставочно-ярмарочных мероприятий - по широкому спектру представляющих практический интерес вопросов, в том числе, с использованием международной сети Интернет и средств массовой информации.

Данная система должна будет охватывать как подготовку и проведение выставок и ярмарок на территории Российской Федерации, так и содействие участию российских организаций в выставочных мероприятиях за рубежом.

При организации российского участия в приоритетных выставках за рубежом особую роль призваны сыграть представительства Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам в иностранных государствах. В их функции входит развертывание информационной кампании в средствах массовой информации страны пребывания о предстоящем участии в выставке российских организаций, привлечение к предстоящему событию внимания потенциальных иностранных партнеров российских товаропроизводителей-экспортеров, а также предоставление российским организациям подробных данных об условиях участия в соответствующем мероприятии.

5. Проведение Всемирной универсальной выставки "ЭКСПО" как одно из направлений формирования центра выставочной деятельности в Российской Федерации.

Одним из элементов успешного развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации в течение ближайшего десятилетия могло бы стать проведение в России Всемирной выставки "ЭКСПО".

Всемирная выставка "ЭКСПО" дает возможность стране проведения данного мероприятия стать одним из ведущих международных центров выставочной деятельности. Об этом свидетельствует опыт проведения Всемирных выставок "ЭКСПО" в таких странах, как Испания (1992г.), Республика Корея (1993г.), Португалия (1998г.), Германия (2000г.).

Формирование в Российской Федерации одного из мировых центров выставочной деятельности является стратегической задачей на перспективу. Одним из важных шагов в этом направлении может стать проведение в г.Москве Всемирной универсальной выставки "ЭКСПО".

За почти 150-летнюю историю Всемирные выставки ни разу не проводились в России. Проведение Всемирной выставки "ЭКСПО" в г.Москве будет иметь для Российской Федерации большое политическое значение, позволит показать новую роль и место России в мировом сообществе, результаты экономических преобразований в нашей стране, достижения демократии, продемонстрировать многонациональную культуру, историю и традиции. Весьма актуальной представляется задача формирования в глазах мирового сообщества нового облика России как страны, преодолевшей сложный переходный период и способной осуществлять крупные международные проекты.

Проведение Всемирной универсальной выставки "ЭКСПО" является престижным мероприятием для страны-организатора, которое может оказать существенное влияние не только на ее политический имидж, но и оказать заметное положительное влияние на экономическое развитие в долгосрочной перспективе, интеграцию в мировое экономическое пространство. Кроме того, проведение указанной выставки является формой поддержки национального бизнеса, создания ему определенных конкурентных преимуществ на зарубежных рынках.

В ходе подготовки выставки "ЭКСПО" необходимо задействовать потенциал лучшего из имеющихся в Российской Федерации выставочных комплексов. Например, таким комплексом мог бы выступить Всероссийский выставочный центр (ГАО "ВВЦ"). После проведения данного мероприятия Россия получит выставочную площадку мирового класса, на площадях которой все регионы России, отечественные и зарубежные организации получают возможность демонстрировать свои достижения на выставках любого уровня.

Проведение в Москве указанной выставки потребует также сооружения и реконструкции дополнительных объектов инфраструктуры города, модернизации объектов транспортной сети. При этом объекты, построенные и реконструированные в ходе подготовки к проведению выставки, в дальнейшем, безусловно, будут использованы в интересах города и страны в целом.

Заключение

1. В настоящее время выставочно-ярмарочная деятельность, благодаря наличию собственной материально-технической базы, инфраструктуры и квалифицированных кадров, способна формировать значительные финансовые потоки и обеспечивать поступления финансовых средств в бюджеты всех уровней. Важным аспектом этой деятельности является ее социально-экономическая направленность, выражающаяся в создании новых рабочих мест.

У выставочно-ярмарочной деятельности имеется значительный потенциал, который многократно возрастет в случае осуществления координации и оказания поддержки со стороны государства.

В связи с этим развитие этой сферы деятельности в России может стать важным элементом структурной перестройки и технологической модернизации народного хозяйства страны.

2. Государственная политика в области выставочно-ярмарочной деятельности должна быть направлена на координацию работы федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, торгово-промышленных палат, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций, структур выставочного бизнеса с целью оказания организационной, финансовой и информационной поддержки российским товаропроизводителям при участии в выставочно-ярмарочных мероприятиях в России и за рубежом.

3. Одним из необходимых условий успешного развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации, по опыту Москвы, Санкт-Петербурга, Нижегородской, Новосибирской, Самарской областей, должно стать активное подключение к этой работе органов исполнительной власти всех субъектов Федерации с использованием возможностей региональных торгово-промышленных палат, межрегиональных и отраслевых ассоциаций и союзов.

4. На современном этапе развития выставочно-ярмарочной деятельности требуется формирование и совершенствование ее нормативной правовой базы, обеспечивающей равные условия конкуренции всем ее участникам и включающей, в первую очередь, правовые акты в области таможенно-тарифного и налогового регулирования.

5. Подавляющее большинство выставочных комплексов не отвечает мировым стандартам. Значительный физический и моральный износ материально-технической базы выставочной деятельности, отсутствие выставочных площадей соответствующего качества являются препятствием для организации полномасштабных выставочных мероприятий на уровне современных требований. Необходима реконструкция и модернизация устаревших материально-технической базы и инфраструктуры выставочной отрасли.

6. Проведение научных исследований в области выставочной деятельности позволило бы разработать методики экономического анализа выставочно-ярмарочной деятельности и оценки эффективности участия российских организаций в выставках и ярмарках в Российской Федерации и за рубежом; создать систему статистического учета выставочно-ярмарочной деятельности; прогнозировать развитие в долгосрочной перспективе этого сегмента рынка.

7. Исходя из целей и задач настоящей Концепции, необходимо также создание интегрированной информационной системы обеспечения выставочно-ярмарочной

деятельности в Российской Федерации; подготовка кадров и повышение квалификации специалистов в этой области.