Анатолий ВАЛЕТОВ



Развитие Москвы как мирового выставочного центра

В современной мировой экономике наблюдается концентрация ресурсов в крупнейших городах, через которые проходят основные финансовые, людские, товарно-материальные и информационные потоки. Особое место среди таких мегаполисов занимают центры, опирающиеся в своем развитии на выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность.

Среди мировых выставочных центров наиболее известны Ганновер, Милан, Франкфурт, Кёльн, Париж и многие другие (**таблица 1**).

Одним из ключевых факторов конкурентоспособности этих городов является высокий уровень организации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

В числе лидеров по выставочной площади в помещениях устойчивое положение занимает Париж (554 824 кв. м). В столице Франции работает свыше десяти крупных выставочных комплексов. При этом на их площадях ежегодно проводится более 2000 мероприятий: салонов, конгрессов, симпозиумов, выставок и т.д. Самыми большими выставочно-конгрессными комплексами Парижа являются Paris Expo Porte de Versailles и Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte.

Таблица 1. Мировые выставочные центры[1]

№	Города	Страна	Выставочная площадь в помещениях, в кв. м
1	Москва	Россия	721 600
2	Париж	Франция	554 824
3	Ганновер	Германия	478 900
4	Милан	Италия	270 000
5	Франкфурт	Германия	263 005
6	Кельн	Германия	250 000
7	Базель	Швейцария	185 570
8	Загреб	Хорватия	180 000
9	Чикаго	США	174 028
10	Дюссельдорф	Германия	171 300
11	Утрехт	Нидерланды	166 200
12	Лейпциг	Германия	160 000
13	Кливленд	США	151 706
14	Валенсия	Испания	140 000
15	Брюссель	Бельгия	135 000
16	Генуя	Италия	130 500
17	Бирмингем	Англия	125 850
18	Богота	Колумбия	125 000
19	Хьюстон	США	119 934
20	Вена	Австрия	111 991
21	Мюнхен	Германия	105 000
22	Познань	Польша	103 200
23	Лас-Вегас	США	102 190

№	Города	Страна	Выставочная площадь в павильонах, в кв. м
24	Барселона	Испания	100 000
25	Торонто	Канада	99 806
26	Брно	Чехия	99 000
27	Мадрид	Испания	97 200
28	Эссен	Германия	90 000
29	Бильбао	Испания	90 000
30	Нюрнберг	Германия	86 000
31	Хернинг	Дания	85 000
32	Лион	Франция	84 000
33	Болонья	Италия	83 715
34	Нью-Йорк	США	83 610
35	Берлин	Германия	83 500
36	Алжир	Алжир	80 000
37	Грац	Австрия	79 000
38	Атланта	США	78 036
39	Луисвилль	США	77 107
40	Детройт	США	74 320
41	Пловдив	Болгария	73 635
42	Марсель	Франция	73 000
43	Женева	Швейцария	70 200
44	Лозанна	Швейцария	65 000
45	Санкт-Петербург Ленэкспо	Россия	40 000

[1] Мировые выставочные центры. Данные 2008 г. // http://www.turbooks.ru/stati/reklama-i-pr/430-vystavochnaja-dejatelnost-v-turistskom-biznese.html; По данным сайтов Всероссийского выставочного центра: http://www.vvcentre.ru/; Крокус Экспо: http://www.crocus-expo.ru/; Московского Гостиного Двора: http://www.mosgd.ru/; Экспоцентра: http://www.expocentr.ru/; Ленэкспо: http://lenexpo.ru/

Анатолий Валетов, кандидат экономических наук, заместитель руководителя Департамента внешнеэкономических и международных связей города Москвы (111250, г. Москва, ул. Лефортовский вал, 11-2-5). E-mail: anatoly.valetov@gmail.com

Аннотация: В статье раскрываются основные проблемы и перспективы развития Москвы как мирового выставочного центра. Выделены основные направления развития выставочно-ярмарочной деятельности в городе: рационализация имеющихся выставочных площадей посредством обеспечения необходимой инфраструктуры, разработка и реализация коммуникационной политики, ориентированной на интересы отечественных и зарубежных экспонентов. В связи с этим обозначается необходимость в разработке мер по удержанию внимания инвесторов, поставщиков, покупателей и туристов, которые могут быть нацелены на обеспечение свободного доступа ко всей необходимой информации для заинтересованных сторон непосредственно на конгрессно-выставочных мероприятиях или через Интернет; создание благоприятного имиджа, оставление незабываемых позитивных впечатлений у гостей Москвы; подкрепление провозглашаемых ценностей реальными конкурентными преимуществами: развитой инфраструктурой, простотой процесса инвестирования и заключения договоров, гарантией их выполнения.

Ключевые слова: выставочно-ярмарочная деятельность, конгрессная деятельность, конкурентоспособность, Москва.

Другим лидером среди городов мира в сфере проведения выставок является Ганновер (Германия). Площадь его крытых выставочных площадей составляет 478 900 кв. м. Наиболее известное мероприятие, которое каждый год проводится в этом городе – Ганноверская промышленная выставка. На ней обычно представлено около 6 000 организаций, при этом количество посетителей достигает 200 000.

Вслед за Ганновером по выставочной площади следует город Милан (Италия). Среди выставок, ежегодно проводимых в этом городе, особый интерес вызывает выставка товаров для дома, интерьерного дизайна, подарков и украшений. В ней каждый год участвуют примерно три тысячи экспонентов и 180 тысяч посетителей. Такие города, как Франкфурт, Кёльн и некоторые другие, также известны крупными выставочными мероприятиями (международными выставками автомобилей, книжными ярмарками, художественными выставками, показами мод и т.д.), привлекающими большое количество участников и посетителей.

На первом месте по выставочной площади в помещениях находится Москва (721 600 кв. м – площадь пяти крупнейших выставочных комплексов). Тем не менее, она не является на данный момент признанным международным центром в данной сфере. Выставочных площадей в Москве больше, чем у любого города мира, но они не используются в полной мере и с максимальной эффективностью для города. Известные международные выставки чаще проходят в странах Европы и Америки, имеющими превосходство в инфраструктурной обустроенности и коммуникационной политике. В связи с этим возникает необходимость переосмыслить программу продвижения столицы как мирового выставочного центра.

Наиболее популярными и эффективно организованными выставочными площадками города являются Всероссийский выставочный центр, Экспоцентр, «Крокус Экспо», конгрессно-выставочный центр «Сокольники», Московский Гостиный Двор (**таблица 2**).

Таблица 2. Основные выставочные комплексы Москвы[1]

Выставочный комплекс	Закрытая экспозиционная площадь, в тыс. кв. м	Открытая экспозиционная площадь, в тыс. кв. м
ВВЦ	132,7	158,1
Экспоцентр	105	60
«Крокус Экспо»	230	106,2
КВЦ «Сокольники»	23,9	17
Московский Гостиный Двор	230	106,2
Всего	721,6	447,5

[1] По данным сайтов Всероссийского выставочного центра // http://www.vvcentre.ru/; Крокус Экспо: http://www.crocus-expo.ru/; Московского Гостиного Двора: http://www.mosgd.ru/; Экспоцентра: http://www.expocentr.ru/

Всероссийский выставочный центр (ВВЦ) является крупнейшим выставочно-досуговым комплексом России, на территории которого ежегодно проводится более ста пятидесяти выставок и ярмарок, около тридцати из них – международные.[2] Несмотря на большие площади, всемирную известность, большой поток посетителей, эксперты выделяют недостатки, требующие внимания со стороны администрации ВВЦ и Москвы. Среди них устаревшая инженерная и технологическая инфраструктура, стихийная торговля, вытесняющая выставочные мероприятия, большое расстояние между выставочными павильонами, недостаток парковочных мест и т.д.[3] В ноябре 2011 года была представлена концепция возрождения ВВЦ, в которой предусмотрены следующие направления:

- поддержание экозон ВВЦ и формирование туристских экомаршрутов;
- организация новых музеев и экспозиций;
- создание международного выставочного комплекса;
- модернизация инженерных сетей, строительство энергетических и тепловых станций;
- развертывание инновационных парков аттракционов и развлечений, игровых площадок;
- создание гостиничного комплекса вне зоны исторической застройки;
- улучшение условий для торговли с сокращением ее объема;
- развитие совместно с органами государственной власти городской транспортной инфраструктуры вокруг ВВЦ.[4]

Вторая крупнейшая выставочная площадка Москвы – Экспоцентр на Красной Пресне. Его закрытая экспозиционная площадь простирается на 105 тыс. кв. м, она оснащена самым современным инженерным оборудованием. Данный выставочный комплекс считается одним из самых дорогостоящих по стоимости аренды выставочных центров в России. Специалистами также выделяются следующие минусы: отсутствие единой зоны рецепции для регистрации посетителей, гардеробов и парковок.

В феврале 2004 года в Москве открылся выставочный комплекс «Крокус Экспо». Его общая площадь насчитывает 548,8 тысяч кв. м. «Крокус Экспо» является одной из наиболее современных выставочных площадок мира. Его размещение на окраине города отвечает современным тенденциям мировой практики строительства выставочных центров. Здесь проводятся разнообразные мероприятия: от показов мод до промышленных выставок. Среди преимуществ данного объекта: большая ресторанная зона, 49 конференц-залов, бесплатная парковка на 26 тысяч мест, гостиница, близость метро, вертолетная площадка, таможенный пост, оформляющий грузы прямо на территории комплекса.

[2] Сайт Всероссийского выставочного центра // http://www.vvcentre.ru/exhibitions/

[3] Выставочные площади Москвы. Обзор рынка // http://www.cre.ru/journalnews/1574/

[4] ВВЦ ждут большие перемены // http://www.vvcentre.ru/news/show/?1880

Еще один крупный выставочный центр Москвы – конгрессно-выставочный центр «Сокольники». Первая выставка на территории парка «Сокольники» «Промышленная продукция США» была проведена в 1959 году. В настоящее время выставочная площадь центра составляет порядка 24 тысячи кв. м. На открытых площадках, охватывающих 17 тыс. кв. м, предусмотрена возможность установки сборных павильонов.

В самом центре Москвы расположен Московский Гостиный Двор. В результате реконструкции в 1995 году он стал современным деловым, культурным и торговым центром. Из 82 тыс. кв. м общей площади комплекса только 13 тыс. кв. м являются выставочными. Выставочный комплекс обеспечен всеми необходимыми современными инженерными системами: легкое светопрозрачное покрытие имеет системы снеготаяния, климатологии, сбора и отвода конденсата, экспозиционные площади оснащены всем необходимым инженерным оборудованием. При всех достоинствах Гостиного Двора есть и минусы: отсутствие парковки, сложности с доставкой выставочного оборудования экспонентов, невозможность организации индустриальных выставок из-за ограничений нагрузки гранитного пола атриума. Последнее сыграло немалую роль в определении общей направленности тематики выставок в Гостином Дворе – услуги, мода, одежда и обувь.

Следовательно, предложение качественных выставочных крытых площадей в Москве на сегодняшний день составляет около 721,6 тыс. кв. м. Вместе с тем отмечается тенденция перемещения выставок на новые территории, также для организации выставок задействуются арены спортивных комплексов Олимпийского и ЦСКА. Правительством Москвы ведется работа по поддержке и стимулированию строительства новых выставочно-ярмарочных и конгрессных комплексов, но возможности расширения небезграничны. Главный вопрос заключается в том, как рационализировать имеющиеся выставочные площади так, чтобы они использовались с максимальной эффективностью и были востребованы на международном уровне. Требуется новая концепция, которая бы предусматривала развитие выставочных комплексов, отвечающих современным требованиям проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, в первую очередь, развитие необходимой инфраструктуры.

Также Москва нуждается в коммуникационной политике, ориентированной на интересы не только отечественных экспонентов, но и зарубежных. Ее становление как крупного выставочного и конгрессного международного центра позволит получить двойной эффект:

- непосредственно от деятельности, которая приносит доход, и становится градообразующей;
- косвенный эффект от международной активности, в процессе которой в город приезжают потенциальные инвесторы, поставщики и покупатели, что способствует развитию экономики Москвы в целом.

Именно второй эффект делает возможной и целесообразной поддержку выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности со стороны городских властей. Его достижение открывает новые возможности для развития конкурентных преимуществ мегаполиса, повышает инвестиционную и туристическую привлекательность города. В связи с этим возникает необходимость в разработке мер по удержанию внимания инвесторов, поставщиков, покупателей и туристов, которые могут быть нацелены на обеспечение свободного доступа ко всей необходимой информации для заинтересованных сторон непосредственно на конгрессно-выставочных мероприятиях или через Интернет; создание благоприятного имиджа (эффективная коммуникационная политика), оставление незабываемых позитивных впечатлений у гостей Москвы; подкрепление провозглашаемых ценностей реальными конкурентными преимуществами: развитой инфраструктурой, относительно простым процессом инвестирования и заключения договоров, гарантией их выполнения и т.д.

У Москвы существуют резервы в развитии в качестве мирового выставочного центра, а также в удовлетворении спроса на выставочные площади. Вместе с тем правительством Москвы ведется целенаправленная политика по активизации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Она включает разработку и реализацию концепции о развитии данной сферы, предложение мер по повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности в городе, поддержку строительства новых выставочно-конгрессных объектов и сопутствующей инфраструктуры, создание и функционирование конгрессно-выставочного бюро, предназначенного для информирования заинтересованных лиц о возможностях Москвы и привлечения международных мероприятий и многое другое. В результате наблюдается увеличение выставочной площади, проводимых мероприятий и количества участников выставок.

THE DEVELOPMENT OF THE CITY OF MOSCOW AS A WORLD TRADE AND EXHIBITION CENTER

Anatoly Valetov, PhD.,(economics), Deputy Head of the Department for External Economic and International Relations (05/02/11 Lefortovskiy shaft Street, Moscow, 111250). E-mail: anatoly.valetov @ gmail.com

Summary: The article analyzes the main problems and prospects of the development of Moscow as an international exhibition center. The basic directions of development of exhibition activity in the city is the rationalization of available exhibition space and by providing the necessary infrastructure, development and implementation of communications policy, focused on the interests of domestic and foreign exhibitors. In this regard it denotes a need to develop appropriate measures so as to retain the attention of investors, suppliers, buyers and tourists who can be targeted at providing free access to all relevant information for interested parties directly at the congress and exhibition events, or via the Internet; creating a favorable image and, leaving unforgettable positive impressions of the visiting guests of Moscow; the reinforcement of proclaimed values as being real competitive advantages: developed infrastructure, easing the process of investing and contracting and guaranteeing of their performance.

Keywords: exhibition and fair activity, congress activity, competitiveness, region, Moscow.