



Новая банкетная площадка на территории Крокус Экспо



Реклама



Sucree

Банкейт

КЕЙТЕРИНГОВАЯ СЛУЖБА

Организация фуршетов, банкетов, кофе-брейков

Тел.: +7-925-544-70-45; +7-925-508-60-06

www.gg-g.ru

Издатель
Арас АГАЛАРОВ

Главный редактор
Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора
Ирина СКИБИНСКАЯ

Редактор
Надежда КАЛМЫЧКОВА

Отдел рекламы:
Тел.: (495) 223-4215

Адрес редакции:
143402, Московская область,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16
МВЦ «Крокус Экспо»
Тел./факс: (495) 727-2676
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>
<http://www.biv-expo.ru>

Эл. почта: journalbv@crocus-off.ru

Учредитель:
АО «КРОКУС»
Адрес: 143402, Московская обл.,
г. Красногорск,
ул. Международная, д. 16

Дизайн-проект и верстка:
ООО «СЛИИВ Б»

Отпечатано:
ООО «Первый полиграфический
комбинат»: 143405, Московская
обл., Красногорский р-н,
п/о Красногорск-5,
Ильинское ш., 4-й км

**Распространение
в деловых центрах Москвы:**
Агентство Mamma Mia
www.mamamia.ru

Подписка в редакции журнала:
тел. (495) 223-4215

Журнал зарегистрирован
в Федеральной службе
по надзору за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций
и охране культурного наследия.
Регистрационный номер
ПИ № ФС77-26532 от 08.12.2006

Воспроизведение любых материалов,
опубликованных в журнале,
только с разрешения редакции.
Редакция не несет ответственности за
содержание рекламных объявлений.

Тираж 12 000 экз. Цена свободная.



Поздравляем!..... 4

ГЛАВНАЯ ТЕМА

Сотрудничество важнее конкуренции..... 6
Торговый разворот 9
Новый «Шелковый путь»..... 12
Далеко от Москвы 16
Восточное партнерство 20

ВЫСТАВКИ И РЫНКИ

Выставки, конгрессы, форумы..... 26
«Крокус Экспо»: день за днем..... 28
Спокойствие вопреки всему..... 30
Умный город будущего..... 34
И вас тоже вылечим 38
Таблетка для фармацевтов..... 40
Дерево: связь времен..... 46
Играть, не переиграть..... 46
Москва транспортная..... 46

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Цена имени 50

ИЗ ПРОШЛОГО

От Мадрида до Чикаго 54

ВЫСТАВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Кокурентоспособность в выставочном деле . 58

ВСЁ НА ПРОДАЖУ

Новости аукционов..... 68

ДАЙДЖЕСТ

На очереди «реглобализация»? 70
Четыреста богатейших..... 74
Чай с печеньем 76
Время против нефтяников США 78

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Фармацевтика 44
Мебель 44
«Крокус Экспо»..... 80



Уважаемый Арас Искендерович!

Редакция Журнала «Бизнес и Выставки» поздравляет Вас с юбилеем!

Наш журнал является лишь небольшой частью того, что Вы создали за годы активной, творческой работы. Он стал своего рода параллельным продуктом Вашего пионерского начинания 90-х годов – организации торговых выставок нового формата, которые послужили основой для формирования впоследствии в стране целой отрасли.

Ваша дальновидность и методичная работа по воплощению своих планов в жизнь привели к созданию одного из крупнейших в мире выставочных центров, что вывело нашу страну в число ведущих выставочных держав.

Не многим в жизни довелось создать новый город – Вы построили целых два. Один из них – Крокус Сити в Подмоскowie Вы развиваете как важный деловой центр, тем самым содействуя расширению международных связей нашей столицы. Другой – на дальневосточном острове Русский – на десятилетия опередил свое время, а значимость его еще неоднократно будет оценена будущими поколениями.

Ваша деятельность свидетельствует о неисчерпаемой энергии, в ней прослеживается тонкая интуиция и стратегическое видение будущего. Все проекты, которые Вы начинаете и реализуете, оказываются не просто успешными, а лучшими и передовыми, устремленными в будущее.

Гордимся тем, что мы работаем вместе с Вами и под Вашим началом.

Искренне поздравляем Вас с юбилеем. Желаем здоровья и благополучия!

Редакция Журнала «Бизнес и Выставки»



*Дорогой Арас,
Не вдаваясь в многословие, я искренне выражаю свои наилучшие пожелания по случаю твоего 60-летия. Вера нашей компании в тебя и в твой прекрасный выставочный комплекс дает нам возможность уже на протяжении 11 лет работать в постоянном и тесном сотрудничестве, добиваясь наилучших результатов. Твоя вовлеченность в работу, мощь лидера и необычайный здравый смысл – всё это является нам истинный пример силы и преданности делу, благодаря чему нам удается производить на самом высоком уровне продукцию Made in Italy и итальянские ценности во всем мире. Твои достижения, прославляющие тебя вот уже 60 лет, позволяют мне с гордостью заявить, что я – один из тех, кто удостоился чести сказать тебе: «С юбилеем, Президент!»*

*С искренним восхищением,
Роберто Снайдеро
президент FederlegnoArredo Eventi Spa
Милан, Италия*

*Дорогой и многоуважаемый г-н Агаларов!
Выражаю свои самые искренние и наилучшие пожелания по случаю Вашего 60-летия. В связи со взаимным уважением, которое нас объединяет, а также памятью о Вашей неоценимой роли в нашем общем проекте, в этот особенный для Вас день мне радостно осознавать, что мы работаем вместе уже 11 лет.
В день, как никогда возносящий Вас на вершину чести и славы, хочу выразить Вам самые искренние поздравления, а также поблагодарить Вас за помощь, которую «Крокус» в течение многих лет оказывает нам в продвижении итальянских товаров по всему миру.
Сколько бы ни было сказано, не будет лишним еще раз от всей души поздравить Вас с 60-летием! Пусть вся Ваша будущая жизнь, как сегодняшний день, наполнится радостью, покоем и удовлетворением – как в личной жизни, так и на трудовом поприще!*

*С уважением,
Джованни Де Понти
генеральный директор
FederlegnoArredo Eventi Spa
Милан, Италия*

Дорогой Арас Искендерович!

*Примите наши самые сердечные поздравления с юбилеем!
Вы реализовали невероятные по своим вызовам проекты совершенно разных форматов на такой огромной территории и, конечно, по-своему переписали картину нашей отрасли. Успех всегда достается тяжело и с трудом, именно поэтому для нас, Reed Exhibitions, это привилегия – работать и сотрудничать с вами, творцом, способным блестяще и в срок реализовать как самые смелые бизнес-амбиции, так и проекты государственной важности. Продолжайте творить, продолжайте получать от этого удовольствие!*

Команда Reed Exhibitions Russia

Уважаемый Арас Искендерович!

От имени выставочного центра NürnbergMesse в Германии рады поздравить Вас с юбилеем.

Примите наши самые искренние и теплые поздравления. Желаем Вам крепкого здоровья, воплощения в жизнь новых идей и инноваций, вдохновения, оптимизма и новых вершин!

Уверены, что Ваш высокий профессионализм, трудолюбие, целеустремленность, творческий подход к делу, неиссякаемая энергия и впредь будут помогать в успешном решении стоящих перед Вами задач.

Хуберт Деммлер,
генеральный директор представительства NürnbergMesse

Уважаемый Арас Искендерович!

От лица компании ООО «Дойче Мессе РУС» сердечно поздравляю Вас с юбилеем!

День рождения – это день, влияющий на весь последующий год, день, когда человеку даются новые силы. От всей души желаю Вам и Вашим близким крепкого здоровья и счастья, мира и благополучия, душевного тепла и процветания!

Уверена, что Ваш профессионализм и опыт руководителя еще долгие годы будут служить интересам развития и процветания российской выставочной индустрии.

Желаю Вам долгих и радостных лет жизни, крепкого здоровья, молодости духа.

С уважением,
С. А. Федосеева,
генеральный директор ООО «Дойче Мессе РУС»

Уважаемый Арас Искендерович!

Крокус Экспо и Мессе Франкфурт связывают давние партнерские отношения. В 2005 году первыми проведенными международными выставками были Heimtextil Russia и Ambiente. За прошедшие 10 лет обе компании прошли большой путь развития, заняли лидирующие позиции в бизнесе. Приятно осознавать, что время укрепило и обогатило наше сотрудничество.

В Вашем лице Крокус Экспо стал надежным и перспективным партнером, вместе с которым мы будем рады развиваться дальше. Ваш профессионализм и целеустремленность гарантируют успешное воплощение совместных бизнес-идей.

Я поздравляю Вас с юбилеем и желаю крепкого здоровья, перспективных проектов, успехов во всех начинаниях!

Ойген Аллес,
генеральный директор Мессе Франкфурт РУС

Уважаемый Арас Искендерович!

От имени группы компаний ГТЕ и от себя лично поздравляю Вас с 60-летием! Ваш высокий профессионализм, деловые качества, творческое перспективное мышление, колоссальная созидательная энергия – залог Ваших успехов в любых начинаниях, от строительных и инфраструктурных проектов общероссийского значения до масштабных событий в деловой и культурной жизни города.

На протяжении многих лет сотрудничество ГТЕ с группой компаний Crocus International в организации и проведении международных специализированных выставок строилось на принципах взаимовыгодного и долгосрочного партнерства.

Уверен, что наше взаимодействие будет и далее крепнуть и развиваться вместе с развитием выставочного бизнеса в России.

Искренне желаем Вам крепкого здоровья, благополучия и успехов во всех начинаниях!

Александр Шталенков,
региональный директор ГТЕ по России

Уважаемый Арас Искендерович!

Поздравляем Вас с юбилеем!

Вы – один из немногих людей, которые непоколебимо верят в свою идею, ставят амбициозные цели и достигают их с твердой решимостью. Вы настоящий профессионал своего дела, идеолог современного бизнеса, подающий прекрасный пример работоспособности и феноменальной волеустремленности в развитие российской экономики и делового сотрудничества на международном уровне.

Ваше умение эффективно решать масштабные, разноплановые задачи давно снискало неслыханный авторитет и уважение партнеров.

Хочу от всей души поздравить Вас с юбилеем и пожелать крепкого здоровья, неиссякаемой энергии в осуществлении задуманных проектов и больших профессиональных побед!

С уважением,
К. В. Анисимов,
генеральный директор «Евроэкспо»

Уважаемый Арас Искендерович!

От имени выставочной компании «ДЕНТАЛЭКСПО» поздравляю Вас с юбилеем! Спасибо Вам за создание замечательного выставочного центра «Крокус Экспо», одного из крупнейших в мире, в котором мы вот уже 10 лет имеем честь проводить наши мероприятия! Желаем Вам крепкого здоровья; желаем, чтобы всё, созданное Вами, росло и развивалось. У еще желаем многих новых успешных проектов!

С уважением,
И. И. Бродецкий,
генеральный директор ВК «ДЕНТАЛЭКСПО»

Уважаемый Арас Искендерович!

От лица компании «Медиа Глоб» и от себя лично поздравляю Вас с юбилеем! Желаю Вам здоровья, счастья, семейного благополучия и успехов!

С наилучшими пожеланиями,
А.А.Стриганов
Генеральный директор Группы компаний «Медиа Глоб»



СОТРУДНИЧЕСТВО ВАЖНЕЕ КОНКУРЕНЦИИ

Недавно после более 5 лет переговоров было подписано международное соглашение, которое окажет большое влияние на облик мировой экономики уже в ближайшие годы. Создание Транстихоокеанского партнерства — ТТП (Trans-Pacific Partnership — TPP) представляет собой новый этап в мировом интеграционном процессе.

Участниками Транстихоокеанского партнерства стали США, Канада, Мексика, Перу, Чили, Япония, Малайзия, Бруней, Сингапур, Вьетнам, Австралия и Новая Зеландия. Практически сразу после известий о подписании этого соглашения о своей заинтересованности в присоединении к нему официально сообщили Тайвань, Колумбия, Филиппины и Южная Корея. Надо полагать, что они не будут последними в числе желающих.

Участниками Трансатлантического партнерства между США и ЕС. Таким образом, в ближайшее время мир станет свидетелем образования новых структур экономического сотрудничества, членами которых являются участники действующих интеграционных группировок на американском, европейском и азиатском континентах, в Тихом и Атлантическом океанах. Это новый шаг в мировых интеграционных процессах.

«Главный вектор мирового развития направлен на создание в перспективе единой глобальной экономики, объединяющей разные, отличающиеся самобытностью страны»

Примечательно, что весть о соглашении ТТП пришла на фоне ожиданий подобного же результата на перегово-

Соглашение о создании ТТП предусматривает создание зоны свободной торговли, охватывающей группу стран,

на которые приходится 40% мирового ВВП и треть мировой торговли, а когда вступит в силу соглашение о Трансатлантическом партнерстве, на участников обеих структур придется 86% мирового ВВП и подавляющая часть мировой торговли. Обращая внимание на эти цифры, аналитики дают нам понять, куда направлен главный вектор развития мировой экономики.

Данные соглашения демонстрируют чрезвычайно важную закономерность мирового экономического развития, которая состоит в том, что сотрудничество важнее конкуренции. Они еще раз подтверждают, что при сохранении конкуренции как принципа хозяйственной деятельности главный вектор мирового экономического развития направлен на создание в перспективе единой глобальной экономики, объединяющей разные, отличающиеся самобытностью страны.

Бросается в глаза, что участники указанных соглашений уже входят в интеграционные группировки. Поэтому напрашивается вывод о том, что управляющие органы ЕС, НАФТА и АТЭС оказались не готовы для принятия программы взаимного экономического сотрудничества, в то время как США, которые явно играют в этих соглашениях роль первой скрипки, вовремя уловили ветер перемен. И конечно, не следует противопоставлять эти соглашения ВТО, поскольку эта организация ориентирована на обеспечение благоприятных условий в международной торговле для всех входящих в нее

стран, но не для устройства отдельных зон свободной торговли.

Можно предположить, что непосредственной причиной, побудившей США к присоединению и последующему продвижению этих соглашений, стал крупный дефицит торгового баланса (в 2005–2014 гг. в среднем 700 млрд долл. ежегодно), главный вклад в который вносят Китай, ЕС и Япония. Поскольку от импорта только из Китая потери рабочих мест в США оцениваются примерно в 2,5–2,7 млн единиц ежегодно, можно понять стремление США потеснить конкурентов на мировых рынках и восполнить указанные потери за счет увеличения экспорта.

Но и другие страны оценили потенциальные выгоды для роста своей экономики в результате создания новой зоны свободной торговли, где масштабы участия измеряются континентами. Кризис 2008–2009 гг. и последующие турбулентные годы с вялым ростом в США, долговыми кризисами в ЕС, застоном в Японии показали, что мировой экономике требуются новые условия для преодоления возникших пределов роста. Расширение масштабов международной торговли за счет дальнейшей либерализации может стать одним из таких условий.

На фоне позитивных ожиданий существуют и тревожные оценки. Некоторые экономисты предсказывают, например, сокращение ВВП и экспорта

Потери рабочих мест в США от импорта из Китая оцениваются примерно в 2,5–2,7 млн единиц ежегодно



Изначально ТТП начиналось как подписанное в 2005 г. соглашение между Сингапуром, Брунеем, Новой Зеландией и Чили с целью содействия созданию зоны свободной торговли и инвестиций в регионе АТЭС. Дальнейшее развитие идея получила после подключения США и других стран.





На фоне позитивных ожиданий существуют и тревожные оценки

ЕС в результате американской экономической и торговой экспансии и оттеснения европейских конкурентов на мировых рынках. Есть и противоположные оценки, обещающие участникам соглашения многомиллиардные выгоды. Поэтому, если отвлечься от обычных антиамериканских заклинаний и полагать, что другие участники соглашений далеки от роли статистов, а также припомнить уже накопленный опыт создания зон свободной торговли, следует ожидать, что свои выгоды получат от указанных соглашений все их участники.

Особняком стоит вопрос о Китае. Отсутствие Китая в составе участников ТТП вполне объяснимо. За прошедшие полтора десятилетия Китай не только в несколько раз увеличил свой экспорт, в том числе в США, но и стал все более отчетливо превращаться в крупнейший региональный экономический центр, к взаимодействию с которым тянутся соседние страны. Со многими из них складываются прочные связи по линии промышленной кооперации. Кро-

вами, через призму отношений с Китаем в регионе проходит линия столкновения двух принципов экономического роста: экстенсивного и интенсивного. Реализация ТТП призвана существенно повысить значение интенсивных факторов роста. Роль этих факторов в обеспечении прогресса экономики Китая через сотрудничество с США и Японией, а также возможность сбыта на рынке США как двигатель роста остаются для Китая первостепенными. Следует полагать, что с учетом этих факторов Китай будет искать приемлемые формы сотрудничества с участниками ТТП по линии сближения условий и последующего присоединения к этому соглашению.

И конечно, равнодушной к этим соглашениям не может оставаться Россия. Сейчас для выгодного сотрудничества со странами Азии и АТР роль России как географического моста уже недостаточна, хотя перспективы возрастания масштабов использования северного морского пути, а также участие в создании железнодорожной ветви «Шелкового пути» вместе с Казахстаном и Китаем открывают новые возможности. Недостаточными для устойчивой и влиятельной экономической позиции России в Азии и АТР также являются возможности поставок из России энергетических ресурсов. И конечно, не следует противопоставлять формирующуюся и находящуюся только в начале интеграционного пути ЕАЭС возникающей в регионе новой интеграционной структуре. Напротив, России следует искать формы взаимодействия со странами-участницами ТТП, да и зреющего Трансатлантического партнерства по линии промышленного сотрудничества и кооперации в области производства продукции высоких технологий. Это путь конкурентной борьбы, но иного не дано. Нынешние санкции против России — дело временное, а движение экономической глобализации — это генеральная линия развития мировой экономики.

Михаил ПОРТНОЙ,

д. э. н., профессор, руководитель Центра внешнеэкономических исследований Института США и Канады РАН

США, которые явно играют в соглашениях роль первой скрипки, вовремя уловили ветер перемен

Конкретные положения ТТП продолжают уточняться и редактироваться, окончательный текст будет обнародован позднее. Соглашение предусматривает снижение тарифных барьеров в торговле промышленными и сельскохозяйственными товарами; дальнейшее усиление прав интеллектуальной собственности, включая продление сроков авторских прав; расширение торговли услугами и другие меры, создающие новые стимулы сотрудничества. Соглашение должно быть ратифицировано странами-участницами.

ме того, возрастающее богатство Китая привлекает к нему соседние страны как к важному сегодня, но особенно в перспективе, рынку сбыта. Тем самым Китай во всё большей степени выступает как локомотив экономического роста в регионе и приобретает всё большее значение в этом качестве в масштабах мировой экономики.

Пока шли переговоры по ТТП, Китай предпринимал активные усилия по продвижению проекта «Шелковый путь», расширению и усилению экономического взаимодействия со странами, способными стать партнерами в этом проекте. США как торговый конкурент Китая в ареале АТР настороженно относятся к росту его влияния в регионе. Не в меньшей степени обеспокоена этим и Япония, которая может противопоставить Китаю только роль центра научно-технического прогресса и источника инвестиций. Другими сло-

ТОРГОВЫЙ РАЗВОРОТ

Международная торговля, которая долгие годы была основным локомотивом мировой экономики, начинает терять темп. Причина тому — череда экономических кризисов последних лет, обособление товарообмена в рамках регионов, провал попытки сгладить противоречия между странами в рамках ВТО. На авансцену мировой торговли выходят новые партнерства, которые, возможно, возьмут на себя роль новых объединителей мира.

В 90-е годы XX в. среднегодовые темпы развития международной торговли составляли от 6 до 9%. Она была одним из драйверов экономического роста в мире. Подъем Китая во многом произошел именно благодаря торговле.

Сегодня ни одна из развитых стран мира не стремится сосредоточить на своей территории полный цикл производства товаров

Формированию и регулированию торговых отношений уделялось большое внимание прежде всего в рамках европейских объединений. Во второй половине XX века европейские страны подписали около 60 соглашений, регулировавших торговые потоки как в рамках континента, так и на евразийском пространстве.

В начале 2000-х годов темпы роста торговли снизились до 5%. Финансовый кризис 2008 г. и последующие экономические трудности привели к дальнейшему замедлению роста, который может составить в 2015 г., по предварительным оценкам, всего около 3%.

На фоне экономических сложностей на международную торговлю воздействовали и другие неблагопри-

ятные факторы. Одним из них стало замедление или вообще приостановка либерализации торговых отношений. Страны стали проявлять большую озабоченность по отношению к развитию собственных рынков, стремятся сосредоточить товарообмен в рамках региональных объединений, где достигнуть согласованных позиций легче, чем в рамках глобальных организаций, например ВТО. Так, согласно исследованию Центра международной торговли, около трети всех интеграционных объединений в мире приходится на соглашения отдельных стран с зонами свободной торговли, а более половины составляют соглашения между двумя государствами, которые являются более простой и эффективно используемой формой взаимодействия.

Регионализм или глобализация?

Регионализм всегда был присущ международной торговле. Именно в этом русле были созданы в разное время Общий рынок (Common Market) в Европе, Североамериканская организация свободной торговли (NAFTA), Южный общий рынок (MERCOSUR) в Латинской Америке, Ассоциация го-

сударств Юго-Восточной Азии (ASEAN). В настоящее время 15 африканских стран ведут переговоры о создании организации свободной торговли в Африке.

Однако последние события на арене международной торговли говорят о том, что период создания узорегиональных торговых объединений, судя по всему, уходит в прошлое. На очереди новые трансрегиональные объединения, которые ставят себе целью выработку единых правил и стандартов торговли, с чем, судя по всему, ВТО не справилась.

Последним примером возникновения новой межрегиональной структуры стало подписание в октябре 2015 г. соглашения о Транстихоокеанском партнерстве (Trans-Pacific Partnership, ТТП). Целью этого договора является создание зоны свободной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе с участием 12 государств. По прогнозам, она будет охватывать примерно треть объема мировой торговли. А это может стать началом новой глобализации.

Главным инициатором данного соглашения были Соединенные Штаты.

Увеличение мирового производства на 10% сопровождалось в 90-е годы 15%-м ростом мировой торговли

Сразу после подписания договора президент Обама заявил: «Когда более 95% наших потенциальных клиентов живут за пределами наших границ, мы не можем позволить странам вроде Китая писать правила глобальной экономики. Мы должны писать эти правила сами, открывая новые рынки для американской продукции и устанавливая высокие стандарты для защиты наших граждан и сохранения окружающей среды. Достигнутое соглашение обеспечит это».

На подходе еще одно мегаобъединение — соглашение о зоне свободной торговли между США и Европейским Союзом. Численность населения этой зоны составляет 800 млн человек, причем это наиболее развитая в экономическом отношении часть мира, в которой проживают потребители с высоким уровнем требований. На долю стран этого объединения приходится 45% мирового валового продукта и 42% мирового экспорта.

Активным игроком в мире торговых объединений становится Евразийский экономический союз. В начале 2015 г. появились сообщения о создании зоны

Быстрее и проще

Рост международной торговли поставил на повестку дня совершенствование методов транспортировки и обработки грузов. С середины 50-х годов XX в. широкое распространение получила перевозка товаров в контейнерах, что было названо «контейнеризацией». Следующим этапом стала состыковка морского и сухопутного этапа транспортировки. Это привело к созданию специальных портовых терминалов, позволяющих с наименьшими затратами времени перегружать контейнеры с морских судов на железнодорожные платформы или автомобили и наоборот. Новые погрузочно-разгрузочные технологии стимулировали существенный рост оборота в портах. По оценке одного из крупнейших в мире портовых операторов, компании DP World, прохождение грузов через такие терминалы увеличивается в последнее время ежегодно на 7%.



свободной торговли ЕАЭС с Китаем, что может существенно повлиять на конфигурацию торговых отношений в азиатском регионе (Китай не вошел в состав ТТП). На повестке дня стоят также соглашения с Индией, Израилем и Египтом.

Транснациональные корпорации

Важным фактором, влияющим на развитие международной торговли, является товарообмен в рамках транснациональных корпораций. На его долю приходится около трети мирового товарооборота. В дополнение к этому почти половина товарообмена приходится на компании, так или иначе связанные с ними. Таким образом, около 80% мировой торговли происходит благодаря деятельности транснациональных корпораций. В последние годы они способствовали расширению торговли в рамках внутрифирменного обмена и распространению так называемых глобальных производственных цепочек, по которым товары, перемещаясь между странами, проходят сложный путь от сырья через полуфабрикаты до готовых изделий. Появление таких цепочек стало возможным благодаря прогрессу в области транспорта и связи, что резко снизило издержки в трансграничной торговле. Это позволило перейти от специализации на готовых изделиях к производству компонентов или выполнению отдельных производственных операций, что через привлечение иностранных инвестиций и освоение новейших технологий вызвало существенное расширение экспорта. Сегодня ни одна из развитых стран мира не стремится сосредоточить на своей территории полный цикл производства всего и вся — подобная автаркия ведет к снижению эффективности экономики в целом, потере конкурентоспособности, сворачиванию международной торговли, а вместе с ней и ВВП.

Распространение глобальных производственных цепочек привело к появлению более высокой степени интеграции торговых партнеров и способствовало появлению преференци-

альных торговых соглашений нового типа, касающихся не только торговли, но и стандартов, инвестиций, охраны интеллектуальной собственности, политики в области конкуренции. Это породило противоречия между новыми преференциальными соглашениями и многосторонней торговой системой, которую продвигает ВТО.

Оптимизма нет

Несмотря на совершенствование технологий, многочисленность торговых соглашений, темпы роста международной торговли сокращаются. Согласно последнему докладу ВТО, мировой экспорт товаров в 2013 г. составил 18,8 трлн долл., увеличившись по сравнению с предыдущим годом всего на 2,2%, что значительно медленнее, чем в предшествовавшем кризису 2008–2009 гг. двадцатилетие, когда среднегодовые темпы роста равнялись 6%. В 2014 г. темп сохранился на том же уровне, что и в 2013 г.

Главными причинами этого называют замедление развития мировой экономики в целом и прежде всего затянувшуюся рецессию в Евросоюзе, а также нестабильность мировой финансовой системы.

Как итог два года подряд не наблюдается опережающего роста торговли по сравнению с мировым ВВП, тогда как, начиная с 90-х годов, она увеличивалась вдвое быстрее, чем мировая экономика. ВТО снизила прогноз темпов роста мировой торговли на 2015 г. с 3,3 до 2,8%, а на 2016 г. — с 4 до 3,9%.

Если эти прогнозы станут реальностью, как говорится в докладе ВТО, то 2015 г. будет «четвертым подряд годом с темпами роста мировой торговли ниже 3%, сравнявшись практически с темпами роста мирового ВВП».

Рождение новых торговых мегаобъединений, возможно, повернет этот процесс вспять.

Борис ПАВЛОВ

В настоящее время объем международной торговли составляет около 25% валового мирового продукта



Барак Обама

о Транстихоокеанском партнерстве:

«Когда более 95% наших потенциальных клиентов живут за пределами наших границ, мы не можем позволить странам вроде Китая писать правила глобальной экономики. Мы должны писать эти правила сами, открывая новые рынки для американской продукции и устанавливая высокие стандарты для защиты наших граждан и сохранения окружающей среды. Достигнутое соглашение обеспечит это».

ТВОЙ ДОМ

всё лучшее в нём

24 ЧАСА

tvoydom.ru

Присоединяйтесь!



Всё для уюта в вашем доме:

посуда - более 30 000 видов;
домашний текстиль, ковры,
шторы - более 30 000 видов;
светильники и
люстры - более 50 000 видов.

*АО «КРОКУС», ОГРН 1027700257023, адрес места нахождения: 143402, Московская область, г. Красногорск, ул.Международная д.18. В интернет-магазине представлен частичный ассортимент товаров, полный ассортимент в сети торговых комплексов «ТВОЙ ДОМ».

НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ

Китай приступил к созданию нового Великого шелкового пути, который может соединить Европу и Азию и стать самым масштабным инфраструктурным проектом за всю историю.

В сентябре 2013 г. председатель Китайской Народной Республики Си Цзиньпин представил идею экономического пояса Шелкового пути (официальное название «Один пояс — Один путь»), стратегической программы, целью которой — создать торговый коридор для прямых поставок товаров с Востока на Запад. По задумке это должно существенно, более чем на 25%, сократить затраты на перевозку. Объем инфраструктурного фонда программы — 40 млрд долл. Задачи: строительство дорог, автотрасс, промышленных парков, реализация энергетических проектов. Все это должно стать современным аналогом древних караванных троп Великого шелкового пути.

Несмотря на то, что за последние полвека морские грузоперевозки вышли на высочайший уровень развития, даже сейчас осуществлять транспортировку товаров по суше можно гораздо быстрее, чем по морю. По предва-

рительным расчетам после открытия нового Шелкового пути товары из голландского Роттердама будут идти до китайского порта Ляньюньган в среднем около 10–13 дней. Вместо полутора-двух месяцев по морю.

Точный маршрут нового Шелкового пути пока еще не разработан. По предварительным планам, он должен начаться в китайском городе Сиань (древняя столица Китая), границу КНР пересечь на контрольно-пропускном пункте Хоргос, затем проследовать через Центральную Азию (Казахстан — Киргизия — Узбекистан — Таджикистан), перейти на Ближний Восток (Иран — Турция). После пересечения Босфора путь пойдет на север, в столицу России Москву, отсюда — в Европу (Голландия — Германия — Италия). Закончится Шелковый путь в итальянском городе Венеция.

Для осуществления проекта планируется построить три железнодорожных коридора. Маршрут северного — из Западного Китая в Европу через Казахстан, РФ к Балтийскому морю, далее через Белоруссию и Польшу в Гер-



После открытия Шелкового пути товары из Роттердама будут идти до китайского порта Ляньюньган около 10–13 дней вместо 1,5–2 месяцев по морю

манию и Голландию. Южного — из Китая в Индию, Бангладеш и Мьянму. Центрального — из Китая через Киргизию, Узбекистан, Туркменистан, Иран, Турцию к Балканскому полуострову и портам Франции. Впоследствии должен быть создан и морской коридор Шелкового пути.

«Китай всеерьез озабочен необходимостью связать быстроразвивающиеся западные регионы с рынками сбыта в Европе и Средней Азии. С учетом удаленности этих провинций от моря сухопутные маршруты здесь конкурентоспособны. Проект выполняет еще и геополитические задачи: КНР стремится увеличить свое влияние в регионе. А России этот проект дает хорошие шансы не только на рост транзитных перевозок, но и на более тесную интеграцию с Казахстаном, Китаем и другими странами Евразии. Сейчас нам следовало бы попытаться повлиять на конфигурацию проекта «Шелковый путь» так, как выгодно нам, и с точки зрения выбора проектов для инвестиций, и с точки зрения геополитических целей проекта», — считает Владислав Иноземцев, директор Центра исследо-

ваний постиндустриального общества, которого цитирует РБК.

Стоимость строительства дороги Москва — Казань составит более 21 млрд долл.



8 мая 2015 г. Владимир Путин и Си Цзиньпин подписали соглашение о сотрудничестве в развитии проекта «Шелковый путь». Примерно в это же время был подписан еще один договор — о строительстве железнодорожной ветки Москва — Казань, которая в перспективе станет первой высокоскоростной железной дорогой, соединяющей Китай с зарубежными странами. Протяженность магистрали составит 770 км, скорость поездов на ней будет достигать 400 км в час. После окончания строительства время в пути по маршруту Москва — Казань с 14 часов сократится до 3,5. Проект планируют завершить к Чемпионату мира по футболу 2018 г. После окончания турнира строительство железнодорожной ветки продолжится. В планах — соединить Казань и Екатеринбург, дальше дорога пройдет до Астаны, а потом — в КНР.

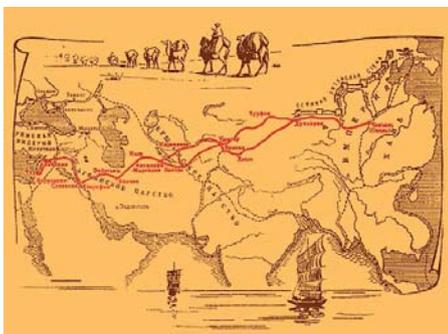


Цель стратегической программы Шелкового пути — создать торговый коридор для прямых поставок товаров с Востока на Запад

«Проект экономического пояса Шелкового пути для нас не конкурент, а в известной степени это партнерский проект, о чем мы с нашими китайскими товарищами договорились. Договорились»



На реализацию проекта нового Шелкового пути уйдет около десяти лет и миллиарды долларов



Великий шелковый путь

Торговые коммуникации между странами Европы и Азии начали осуществляться еще во II в. до н. э. Значительных объемов они достигли к началу нашей эры. Правда, в древности этот путь, протяженностью более 7 тыс. км, назывался вовсе не Шелковым, а Пряным или Шахским. Впервые название «Шелковый путь» было использовано немецким географом Фердинандом фон Рихтгофеном в 1877 г. Видимо, он выбрал название, ориентируясь на самый известный и ценный товар, привозимый в Европу из Азии. Свою значимость Великий шелковый путь, который проходил по территории современных Киргизии, Казахстана, Монголии, Индии, Турции, Ирана и Греции, начал утрачивать в XV в. из-за возобновления военных конфликтов в Средней Азии. Кроме того, в это время началось активное развитие морской торговли и вслед за этим период Великих географических открытий.

лись о том, что мы постараемся совместить возможности вот этого проекта Шелкового пути и те возможности, которые открываются нашим общим рынком с Казахстаном, Беларуссией, Киргизией и Арменией», — заявил в конце августа 2015 г. премьер-министр РФ Дмитрий Медведев.

Стоимость строительства дороги Москва — Казань составит, по предварительным расчетам, более 21 млрд долл. (то есть около 1 трлн руб.). Часть суммы в виде инвестиций и кредитов предоставит Китай, — по данным агентства ТАСС, более 400 млрд руб. Правда, чтобы получить эти деньги России пришлось согласиться на важное требование — производить строительство на основе китайского оборудования.

«Китай в любом случае будет продвигать проект Шелкового пути, он все равно будет реализован — с Россией или без России, с ЕАЭС или без ЕАЭС. Лучше, конечно, в этом участвовать. Есть взаимная выгода. Китай продвигает этот проект, создавая довольно мощные институты финансово-проектного сопровождения и инфраструктурного строительства. И Россия, и другие страны ЕАЭС могут использовать ресурсы этих институтов для инфраструктурного развития своих национальных экономик», — приводит слова Владимира Петровского, главного научного сотрудника Центра «Россия — Китай» Института Дальнего Востока РАН, Русская служба BBC.

«Евразийский экономический союз — это серьезное интеграционное объединение. Шелковый путь, с другой стороны, это инфраструктурный проект. Их объединение кажется на первый взгляд сомнительным, но зато точно видно, что можно предложить

китайскому проекту. Это единая таможненная территория, единое экономическое пространство», — отмечает заместитель министра экономического развития РФ Станислав Воскресенский.

По мнению экспертов, проект «Шелковый путь» должен стать выгодным для всех сторон. Именно благодаря ему вместо «США плюс Европа и Япония» возникнет единое евразийское пространство, которое объединит Китай с Юго-Восточной Азией, Россию с Евразийским союзом, а также Евросоюз.

«Это в наших интересах, итальянцев, европейцев, чтобы было взаимодополнение, а не разделение. Европа должна быть заинтересована в том, чтобы стать мостом между Востоком и Америкой. Пришло время перезапустить новый переговорный формат между Европейским союзом и Евразийским экономическим союзом одновременно с переговорами между Европой и Америкой о свободной торговле», — считает министр иностранных дел Италии Франко Фраттини.

Согласно первоначальному плану, на реализацию проекта нового Шелкового пути должно уйти около десяти лет, а также сотни миллиардов долларов. Соглашение с КНР о сотрудничестве в развитии Шелкового пути подписал не только президент России, но и главы Казахстана, Пакистана, Бразилии и даже одного из членов ЕС — Венгрии.

«Власть и деньги переходят от Европы к Азии, — заявил в интервью телеканалу «Россия-24» известный американский инвестор Джим Роджерс. — Уже сейчас крупнейшие кредиторы мира — это Китай, Корея, Япония, Сингапур, Тайвань и Гонконг. Многие денежные активы уже расположены в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Европа уже не на коне. Шелковый путь может изменить экономическую географию мира».

Александра ВЛАДИМИРОВА

Для осуществления проекта планируется построить три железнодорожных коридора



**PRO
MEDIA
TECH**

I ПАВИЛЬОН, ЗАЛ №4

**20-21
ЯНВАРЯ
2016 ГОДА**

РЕКЛАМА

12+



**VIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ
И РЕКЛАМЫ**

WWW.PMTF.RU

ТЕЛ.: +7 (495) 727-25-23

E-MAIL: IRINAOFF@CROCUS-OFF.RU

ОРГАНИЗАТОР:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

СООРГАНИЗАТОР:

 **BUILDEXPO**
Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

ДАЛЕКО ОТ МОСКВЫ



Экономические санкции западных стран в отношении России, ответные ограничения с ее стороны, а также линия на импортозамещение активизировали поиски новых торговых партнеров и рынков для российских товаров. Одним из направлений стала Латинская Америка.

Этот регион переживает период активных перемен. В последние десятилетия в этой части света произошли глубокие экономические и политические трансформации, изменившие облик латиноамериканских стран и их место в мире. Фактом стало снижение влияния США на страны Латинской Америки, возросла их самостоятельность, в регионе появились новые игроки, в первую очередь Китай, стремящийся занять место главного торгового партнера.

В регионе появились новые игроки, в первую очередь Китай, стремящийся занять место главного торгового партнера

Значительные перемены произошли в экономике стран региона. Большинство из них в 2000-е годы проводят взвешенную макроэкономическую политику и демонстрируют стабильный рост. Свидетельством успешности избранной экономической модели

является устойчивость перед лицом глобального финансово-экономического кризиса 2008 г., не оказавшего разрушительного воздействия на страны Латинской Америки. Конечно, в регионе сохраняется немало проблем, но эксперты склоняются к тому, что большинство латиноамериканских стран будет успешно развиваться в среднесрочной перспективе.

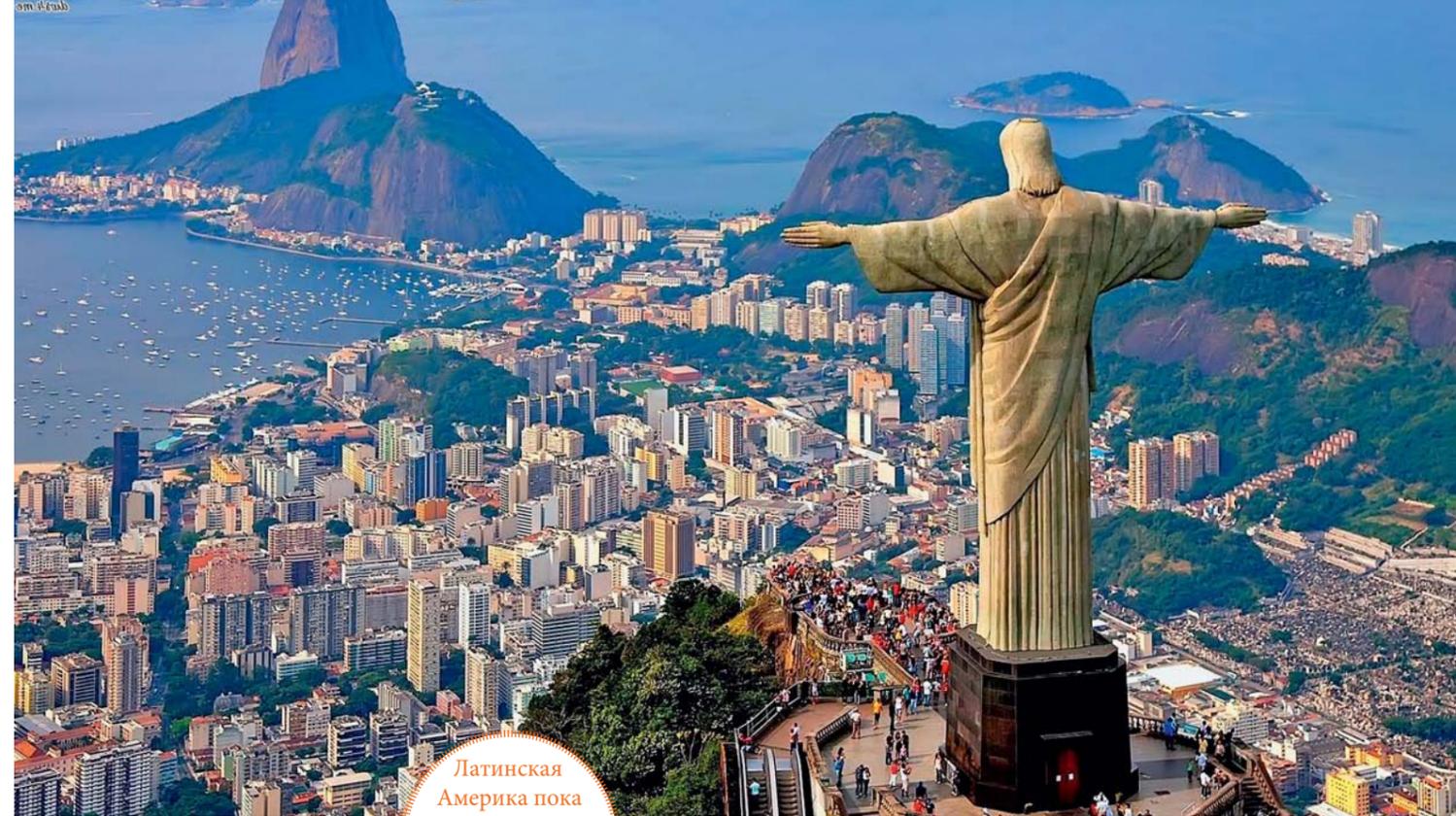
В этой связи расширение торгово-экономических связей России со странами Латинской Америки является актуальным как с тактической, так и со стратегической точки зрения.

Латиноамериканский регион пока не входит в число основных торговых партнеров России. Его доля в экспорте нашей страны составляет около 1,5% и порядка 3,5% в импорте. Доля России во внешней торговле Латинской Америки еще скромнее — меньше 1% как в общем экспорте стран региона, так и

Внешняя торговля РФ с Латинской Америкой, млн долл.

Страна	2013 г.		2014 г.	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Бразилия	1984,7	3492,8	2366,3	3969,4
Мексика	855,4	1047,6	1380,2	783,2
Перу	400,6	102,9	439,7	110,9
Аргентина	400,1	1100,1	221,5	1116,6
Куба	157,5	27,6	101,2	61,8
Чили	48,8	694,9	64,5	821,5

Источник: ФТС России



Латинская Америка пока не входит в число основных торговых партнеров России

в импорте. Однако в последние годы в этой области наблюдается некоторая позитивная динамика. Так, товарооборот России со странами Латинской Америки за предыдущее десятилетие вырос более чем вдвое, правда, при этом российский экспорт увеличился лишь в 1,5 раза, а импорт в Россию — в 2,5. Огромное количество сельскохозяйственных и продовольственных товаров, важных для российского рынка, поступает именно из Латинской Америки.

Крупные российские компании активно работают в рамках совместных проектов в отдельных странах Латинской Америки и Карибского бассейна. В частности, «Ростехнологии» работают в Бразилии, Аргентине, Уругвае, Венесуэле и Кубе, «Роснефть» — в Бра-

зилии и Венесуэле, «Интер РАО» — в Эквадоре, Венесуэле и Кубе. «Объединенная авиастроительная корпорация» поставляет свою продукцию в Мексику, «Вертолеты России» — в Бразилию. «Силовые машины» продают оборудование в Аргентину, Бразилию, Чили, Мексику, КАМАЗ — в Венесуэлу, Колумбию и Кубу, и так далее.

Однако в условиях конкуренции на этом рынке, для того чтобы добиться прорыва, России необходимо расширить номенклатуру поставляемых товаров прежде всего за счет высокотехнологичной продукции. Важным является развитие активного инвестирования в экономику этих стран, без чего невозможно конкурировать на этом рынке с США, Китаем и странами ЕС.

Особо перспективным является взаимодействие в энергетической сфере, где Россия имеет целый ряд конкурентных преимуществ. В этой области недавно был подписан договор с Аргентиной о сотрудничестве в атомной энергетике, заключен контракт с Кубой на строительство четырех энергоблоков для ТЭС и о разработке нефтяных месторождений, в том числе и на кубинском шельфе. В ближайшее время компания «Интер РАО» намерена подключиться к строительству ГЭС в Аргентине, «Роснефть» планирует добывать углеводороды в Бразилии в бассейне реки Солеймос. Это сотрудничество создает перспективы для продвижения российских технологических продуктов.

Отличительной чертой стран Латинской Америки в последние годы стало их стремление к региональной интеграции. Среди множества объединений, возникших в регионе, можно выделить УНАСУР, объединивший государства Южной Америки, Тихоокеанский альянс (Мексика, Перу, Чили, Колумбия), отличающийся особым динамизмом в экономической сфере, и Сообщество стран Латинской Америки и Карибского бассейна (СЕЛАК), в который вошли все 33 страны региона, включая Кубу. Примечатель-

Латинская Америка в 2013 г.

Страна	ВВП, млрд долл.	Место в мире	ВВП/душу, тыс. долл.	Место в мире
Бразилия	2245,7	7	12,1	105
Мексика	1260,9	15	15,6	88
Аргентина	609,9	21	18,6	75
Венесуэла	438,3	27	13,6	99
Колумбия	378,4	31	11,1	110
Чили	277,2	38	19,1	73
Перу	202,4	52	11,1	112

Источник: Всемирный банк, ЦРУ



Прогноз темпов экономического роста, %

Страна	2015 г.	2016 г.
Аргентина	-0,1	2,0
Бразилия	-0,8	1,1
Колумбия	3,3	3,7
Мексика	2,9	3,5
Перу	3,6	4,3
Чили	2,9	3,7

Источник: ОЭСР

но, что США и Канада остались за рамками данного объединения, поскольку СЕЛАК во многом возник как альтернатива Организации американских государств, традиционно находящейся под влиянием Вашингтона.

Интеграционные объединения в Латинской Америке являются крупными региональными игроками, что делает отношения с ними привлекательными для Евразийского экономического союза. Как первый шаг можно рассматривать подписание меморандума ЕАЭС с Чили, в котором была зафиксирована

взаимная заинтересованность в установлении более тесных связей.

В последние годы Китай существенно повысил свою экономическую активность в Латинской Америке. В Венесуэле Россия и Китай стали двумя крупнейшими инвесторами. Россия вложила десятки миллиардов долларов в Венесуэле, китайские инвестиции только в нефтегазовой сфере в этой стране превысили 50 млрд долл. РФ и Китай могут успешно взаимодействовать на латиноамериканском рынке, поддерживая друг друга.

Латинская Америка является не простым регионом для развития экономического сотрудничества. Это связано как с его отдаленностью от России, так и с исторически сложившимися факторами. Вместе с тем перспективность этого рынка не вызывает сомнений. Необходимо создавать механизм стимулирования выхода на этот рынок для частного бизнеса, совершенствовать финансовые инструменты, развивать новые формы работы. Без этого существенного прогресса в этом регионе не достичь.

Борис ПАВЛОВ



Медафарм сити

Продажа медицинского оборудования



Функциональная диагностика
ЛОР-оборудование
Эндоскопия
Реанимация и стерилизация

medafarm.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56



Медафарм Studio

Веб студия



Создание и продвижение медицинских сайтов.
Контекстная реклама.
Сайты в аренду

medafarm-studio.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56



Турагентство



Оздоровительные
Лечебные и relax-туры
Экскурсионный и пляжный отдых
Доставка туров

healthvoyage.ru Телефон: +7 (495) 772-79-56
+7 (495) 215-28-56



Гостиница «Байкал»

Атмосфера уюта и комфорта
Номера от 1400 руб./ночь




- Услуги бизнес-центра
- Бронирование конференц-залов
- Организация мероприятий в кафе

Москва, ул. Сельскохозяйственная, д.15/1
Тел: 8-800-700-49-92; +7 (499) 189-77-52
e-mail: booking@baikalmoscow.ru
www.baikalmoscow.ru

реклама

реклама



- Очковые линзы
- Оправы для очков
- Офтальмологическое и оптометрическое оборудование
- Специализированные оптические издания
- Контактные линзы и средства по уходу за ними
- Футляры и принадлежности по уходу за очками и линзами, аксессуары

- Программное обеспечение для систем подбора очков
- Готовые корректирующие очки
- Станки для обработки линз, технологическое оборудование для оптических мастерских
- Торговое оборудование для магазинов оптики
- Спортивные очки
- Солнцезащитные очки

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Тел./факс: +7 (495) 983-06-78
E-mail: begunova@crocus-off.ru,
krushina@crocus-off.ru,
zhuravskaya@crocus-off.ru
www.optica-expo.ru

ВОСТОЧНОЕ ПАРТНЕРСТВО

В условиях экономических санкций со стороны Запада России приходится полагаться на надежных партнеров на Востоке. И одним из таких партнеров уже многие десятилетия является Индия. Каковы сегодня российско-индийские отношения?



Расширение торговли и экономического сотрудничества между Россией и Индией является важнейшим приоритетом для политического руководства двух стран. В конце 2014 г. в ходе ежегодного саммита лидеры двух стран поставили цель довести уровень двусторонней торговли до 30 млрд долл. к 2025 г. Однако выполнить эту задачу будет непросто: пока цифры показывают сокращение объемов торговли.

По данным ФТС России, в 2014 г. двусторонний товарооборот составил 9,5 млрд долл., уменьшившись на 5,6% по сравнению с 2013 г., при этом экспорт России в Индию упал на 9,2% до 6,3 млрд долл., а импорт из Индии вырос на 2,6% до 3,2 млрд долл. Росту торговли мешает и наличие ограничительных мер по защите внутреннего рынка в отношении друг друга. При этом количество применяемых Россией в отношении Индии мер (3 специальные защитные и 1 антидемпинговая) значительно ниже, чем аналогичные меры со стороны Индии (6 антидемпинговых, 4 специальные защитные, проводятся 2 антидемпинговых расследования целенаправленно в отношении российских товаров и 1 специальное защитное расследование).

Свое негативное влияние оказали и известные события на валютном рынке в конце прошлого года. «До кон-

ца 2014 года всё программное обеспечение мы заказывали в Индии, — рассказывает Светлана Рюхова, владелица бизнеса в области информационных технологий. — Разрывать старые, налаженные связи было непросто, но из-за роста курса доллара, альтернативой было бы повышение цен для наших собственных клиентов. Времена сейчас такие, что рисковать клиентской базой для нас абсолютно неприемлемо. Пришлось переориентироваться на услуги отечественных программистов». Генеральный директор по дистанционному обучению персонала, говорит: «Нашей компании пришлось перейти с индийской площадки для проведения вебинаров на отечественную. Это потребовало больших организационных затрат, технического переобучения лекторов. Но что поделаешь — в рублях стоимость импортного ресурса повысилась более чем вдвое».

В сфере туристического бизнеса спад турпотока из России индийские туроператоры и отельеры оценивают как катастрофический. По данным индийской туристической индустрии, количество туристов из нашей страны в этом году сократилось на 38%, по другим данным, спад оценивается до 50%.

Однако сотрудничество в традиционных отраслях продолжается. Индийские инвестиции в России, по экс-

пертным оценкам, составляют около 7 млрд долл., это инвестиции в Томске, на Сахалине, в Волгограде и пр. Российские инвестиции в экономику Индии составляет около 3 млрд долл. Важным инвестиционным проектом, реализуемым с российским участием на территории Индии, является проект АФК «Система» по созданию паниндийского оператора мобильной связи. В марте 2008 г. совместная компания Sistema Shyam Teleservices Ltd получила универсальную лицензию на предоставление услуг мобильной связи на всей территории страны. Абонентская база оператора мобильной связи SSTL насчитывает 15 млн абонентов.

Сотрудничество в сфере углеводородов — значимая область взаимодействия. В мае 2014 г. индийская компания Oil and Natural Gas Corporation (ONGC) и «Роснефть» подписали Меморандум о взаимопонимании по двустороннему сотрудничеству в подземных исследованиях, разведке, оценке и добыче углеводородов в морской арктической зоне России. В июне 2014 г. российская компания Gazprom International подписала Меморандум о взаимопонимании с Oil India Limited для сотрудничества в нефтяной и газовой промышленности, что включает совместное освоение, исследование, развитие нефтяных месторождений и обмен информацией. В декабре

2014 г. «Роснефть» подписала Меморандум о взаимопонимании относительно возможности долгосрочного контракта с группой Essar на поставку сырой нефти.

Военно-техническое сотрудничество остается локомотивом всего комплекса российско-индийских отношений

Основным инвестиционным проектом, реализуемым с участием индийских партнеров на территории России, является «Сахалин-1». На основе соглашения о разделе продукции компания ONGC Videsh Ltd. (OVL) имеет в нем долю участия в 20%. Начиная с 2006 г. OVL как инвестор получает свою долю добываемой продукции (сырую нефть, а с 2009 г. — сжиженный природный газ).

13 января 2009 г. OVL приобрела группу компаний Imperial Energy, которая занимается разведкой и добычей нефти в Томской области.

Россия стала важным партнером Индии в области мирного использования атомной энергии, и она признает Индию как страну с развитой ядерной технологией. Строительство на АЭС «Куданкулам» первого и второго реакторов — пример плодотворного сотрудничества между Индией и Россией. Первый реактор на АЭС «Куданкулам» был введен в эксплуатацию в июле 2013 г. и был выведен на полную мощ-



Визит Д. Неру в СССР в 1955г.

Дипломатические отношения с Индией установлены 13 апреля 1947 г. После 1991 г. обновлена договорная база, подписано свыше 200 двусторонних документов. Основопологающим документом российско-индийских отношений является Договор о дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Республикой Индией от 28 января 1993 г.

Военное сотрудничество с Индией может минимизировать влияние санкций на Россию

ность 7 июня 2014 г. Второй реактор находится на завершающей стадии строительства.

наращивать его продажи для частичной компенсации падения доходов от экспорта энергоносителей.



Сотрудничество России и Индии в области мирного использования космического пространства продолжается около четырех десятилетий. В настоящее время наши страны сотрудничают в рамках проекта ГЛОНАСС и ряде других.

Похоже, что Индия останется самым важным потребителем технических товаров из России. Таким образом, военное сотрудничество с Индией может минимизировать влияние санкций на Россию.

Военно-техническое сотрудничество остается одним из приоритетов в отношениях России и Индии. Эта сфера является локомотивом всего комплекса российско-индийских отношений. Здесь реализуется ряд знаковых проектов: создание перспективного авиационного комплекса пятого поколения, разработка крылатых ракет «Брамос»,

Однако российско-индийское торгово-экономическое сотрудничество требует модернизации. Доставка в Индию основных экспортных товаров России трудноосуществима и имеет неприемлемо высокую себестоимость. Любые проекты трубопроводов из России в Индию представляются утопичными. Поэтому акцент необходимо делать на новую экономику, высокотехнологичную, наукоемкую продукцию. Следует устранять излишние административные барьеры на пути движения товарных потоков, а также совершенствовать кредитно-финансовую инфраструктуру сотрудничества, переходить во взаиморасчетах на национальные валюты. Кроме того, необходимо создавать благоприятный инвестиционный климат для прихода индийских инвесторов в Россию, создавать тесные технологические альянсы, интегрированные производственные цепочки в тех областях, где у России и Индии есть существенный кадровый и ресурсный потенциал. Это энергетика, в том числе атомная, инфраструктурное строительство, системы связи, совместное освоение космоса.

Спад турпотока из России индийские туроператоры и отельеры оценивают как катастрофический

продажа авианосца «Викрамдитья», а также аренда ВМС Индии атомной подводной лодки «Нерпа». Акценты в сфере ВТС смещаются в сторону передачи лицензий на производство в Индии российского вооружения — налажен выпуск многофункциональных истребителей Су-30МКИ и основных боевых танков Т-90. Совместные разработки предназначены не только для перевооружения собственных армий, но и нацелены на рынки третьих стран.

По данным Стокгольмского института исследования проблем мира, в 2009–2013 гг. на долю Индии (крупнейшего покупателя оружия на сегодняшний день) пришлось 38% российского экспорта основных видов вооружения (12% экспортировано в Китай). Для Индии доля российских поставок в импорте оружия составила 75%. Отношения, начинавшиеся с купли-продажи, теперь выходят на уровень создания совместных предприятий для развития технологий, например, истребителей пятого поколения. Оружие принадлежит к числу российских товаров, способных конкурировать на международном рынке. Россия, вероятно, будет стремиться

Ирина КОНДРАШОВА



Индийская община в РФ насчитывает примерно 15 тыс. человек. В России проживают около 500 индийских бизнесменов, из них 200 работают в Москве. В России зарегистрировано около 300 индийских компаний, они заняты в торговле, банковской сфере, фармацевтике, в сфере углеводородов, инжиниринга, систем связи, а также в совместном освоении космоса. В медицинских и технических учебных заведениях в России обучаются около 4,5 тыс. индийских студентов.



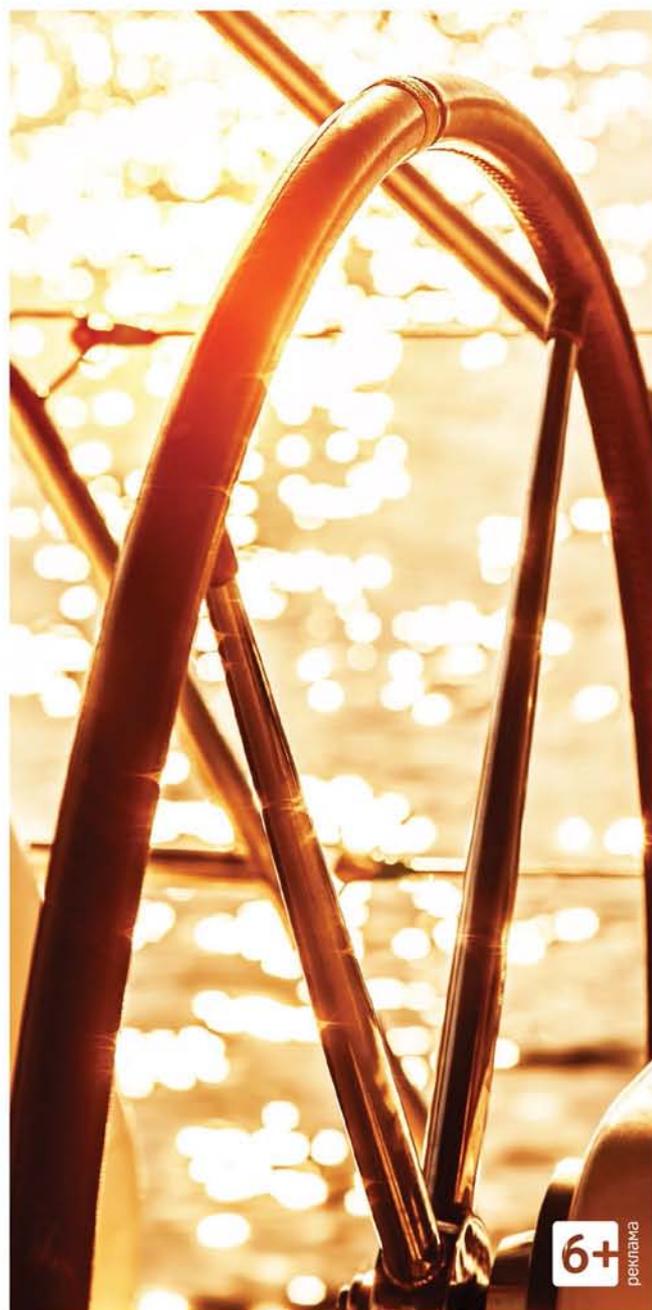


9-я международная выставка катеров и яхт

9th International Exhibition of Boats and Yachts

8-13 марта 2016 года
МВЦ «Крокус Экспо»

March 8-13, 2016,
Crocus Expo IEC



6+

реклама



Организатор / Organized by:
КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

+7 (495) 223-42-10
www.mosboatshow.ru

«КРОКУС ЭКСПО»:

ДЕНЬ ЗА ДНЕМ



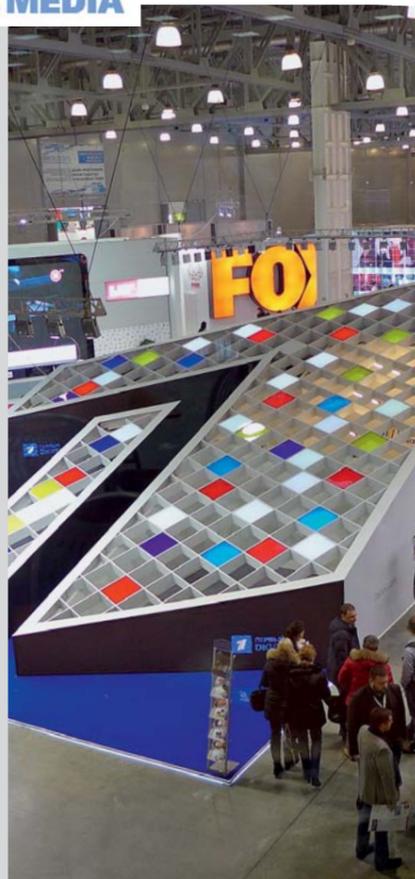
Art Vision

Выставка Art Vision — это салон изящных искусств и место встречи, отдыха и общения ценителей уникальных предметов искусства. Одно из самых красивых событий осени пройдет с 17 по 19 ноября и соберет на своей площадке талантливых современных художников, фотографов и дизайнеров, профессиональные галереи и международные проекты различных художественных жанров. Выставка объединяет несколько самостоятельных тематических направлений. Экспертный совет выставки отбирает экспонаты поистине высокого профессионального уровня. Участники и посетители Art Vision смогут не только увидеть работы известных мастеров, но и приобрести представленные экспонаты, познакомиться с выпускниками академий фотоискусства, участниками творческих коллективов, получивших признание как в России, так и за рубежом. Организатор — компания «Мир-Экспо».



CSTB.Telecom & Media-2016

В последние годы в вещательной индустрии наблюдается быстрый рост и активное внедрение новых технологий. По оценке экспертов, нас ждет развитие и увеличение производства, доставки и потребления контента более высокого разрешения, а также полная интеграция контента в мобильные технологии. В 2016 г. 18-я выставка CSTB.Telecom & Media пройдет с 26 по 28 января в МВЦ «Крокус Экспо». Свыше 500 компаний и брендов из 29 стран представят последние достижения в отрасли цифрового кабельного, спутникового и эфирного ТВ, Интернет-ТВ, CDN-сетей; SD-, HD- и 3D- контента, мобильных и проводных сетей, мультисервисных сетей, спутниковой связи и системной интеграции, центров хранения и обработки данных, управления и мониторинга сетей операторов связи. За последние несколько лет выставка превратилась в самое значимое событие в области электронных медиа в России и странах СНГ.



Aqua-Therm Moscow

Aqua-Therm Moscow — это уникальная B2B площадка для привлечения профессиональной целевой аудитории, которая обеспечивает максимально эффективное взаимодействие участников рынка — производителей и поставщиков продукции. Организаторами события выступают международные выставочные компании Reed Exhibitions и ITE. С 2 по 5 февраля 2016 г. выставка Aqua-Therm Moscow пройдет в 20-й раз. Тематические разделы выставки охватывают несколько промышленных отраслей: вентиляции и кондиционирования, водоочистки и водоснабжения, а также холодильного оборудования и холодоснабжения. Значительное место на Aqua-Therm Moscow регулярно отводится разделу, посвященному оборудованию для бассейнов, аквапарков, саун и спа.



«Дентал Ревю»

Выставочная компания DE-5 с 8 по 10 февраля проводит в МВЦ «Крокус Экспо» 13-й Всероссийский стоматологический форум и выставку-ярмарку «Дентал Ревю-2016». «Дентал Ревю» — особое мероприятие, год от года оно демонстрирует достижения российской науки, позволяя собраться вместе ведущим российским врачам и ученым, и одновременно привлекает на выставочную площадку всех крупных поставщиков стоматологической продукции. В рамках выставки состоится симпозиум «Проблема боли и особенности обезболивания в эстетической стоматологии» и научная конференция «Эндодонтия. Современные методики».



National Aviation Infrastructure Show

Компания Reed Exhibitions активно развивает новое направление своего бизнеса — выставки, посвященные совершенствованию аэропортов, аэродромов и вертолетных площадок. Специализированная международная выставка инфраструктуры гражданской авиации National Aviation Infrastructure Show (NAIS) призвана способствовать развитию аэропортов России и стран СНГ. В 2016 г. мероприятие пройдет в третий раз — 9–10 февраля. Компания Reed Exhibitions постаралась, чтобы посетители и участники выставки смогли показать свою продукцию в самом выгодном свете, а также наладить новые контакты и заключить договоры на будущий год. В этом им поможет 3-й отраслевой форум NAIS-2016, который пройдет одновременно с выставкой.

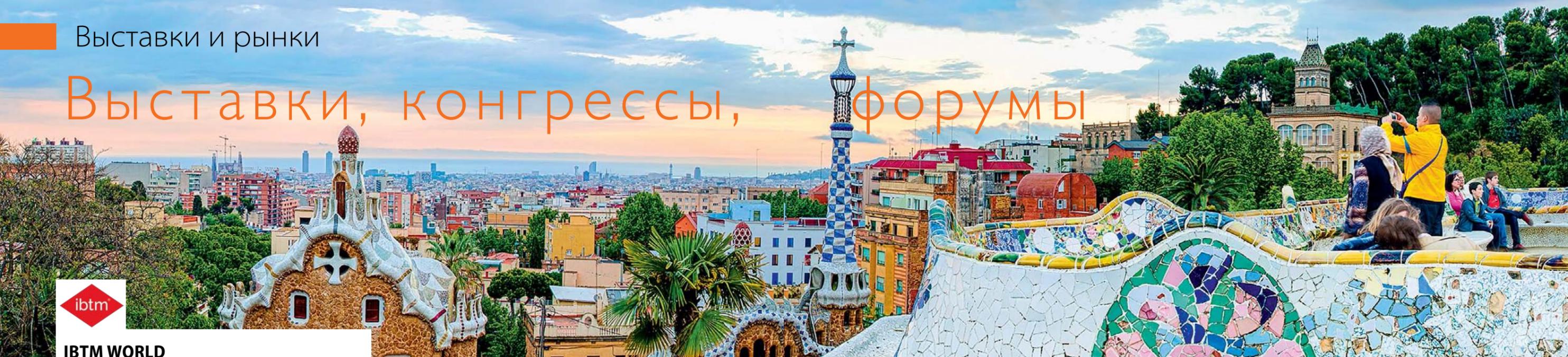


На старт, внимание, марш! Спорт уже давно перестал быть только развлечением. Теперь это целая индустрия досуга, здоровья и хорошего настроения. MIOFF (Московский международный открытый фестиваль фитнеса) — единственное мероприятие в России, которое охватывает все направления индустрии и будет интересно всем работникам сферы фитнеса: от инструктора до владельца фитнес-клуба, а также просто любителям фитнеса, которые смогут проконсультироваться и даже позаниматься у лучших отечественных инструкторов. Фестиваль MIOFF пройдет с 24 по 28 ноября и будет состоять из выставочной части (с 26 ноября) и деловой программы. Организатор — выставочная компания «РТЕ-Групп».



Как известно, лучше предупредить болезнь, чем ее лечить. Международная выставка VitAktiva является широкой профессиональной площадкой для презентации продукции, технологий и разработок, способствующих увеличению продолжительности и качества жизни, предупреждению болезней, повышению функциональных возможностей организма человека и продвижению здорового образа жизни. Организатор — компания «Мир-Экспо». Участники и посетители выставки, которая пройдет с 17 по 19 ноября, смогут узнать о самых последних исследованиях в области фитотерапии, гомеопатии, гирудотерапии, БАДов, о профессиональном питании, экопитании, спорте, санаторно-курортном лечении, спа-процедурах и др.

Выставки, конгрессы, форумы



IBTM WORLD

Посетители выставки **ibtm world** в Барселоне (с 17 по 19 ноября) смогут зарегистрироваться с помощью своего профиля на LinkedIn, Facebook или Twitter. После успешной регистрации участники смогут увидеть, кто еще из их знакомых зарегистрирован на выставку, пригласить на мероприятие своих друзей и поделиться своими впечатлениями в социальных сетях. Преимущества такой предварительной регистрации для посетителя включают в себя бесплатный быстрый вход, гибкость в организации личного расписания, скидки на проезд и проживание, возможности посещать целый ряд корпоративных мероприятий и образовательных сессий, а также своевременное обновление информации.

<http://www.ibtmworld.com>



CEIR TOTAL INDEX

После резкого роста в I квартале показатели B2B-выставок в Северной Америке, в соответствии с общим индексом CEIR (Американского Центра исследований выставочной индустрии), сохраняются на высоком уровне и во II квартале 2015 г. (рост на 3,8% по сравнению с предыдущим годом). С 2011 по 2014 г. рост выставочной индустрии отставал от темпов роста ВВП, в настоящее время отрасль опережает макроэкономические показатели с большим отрывом. «Результаты II квартала являются весьма многообещающими. Они показывают, что выставочная индустрия демонстрирует в этом году устойчивый рост», — считает экономист CEIR Аллен Шоу. Все четыре выставочных показателя во II квартале дают прирост по сравнению с тем же периодом прошлого года. Реальные доходы выросли на 6,1%, общие выставочные площади нетто — на 3,6%, профессиональная посещаемость — на 3,1%, количество экспонентов — на 2,6%.

<http://www.ceir.org>



GL EVENTS

Совет директоров французской группы компаний GL Events утвердил промежуточную консолидированную финансовую отчетность за первые шесть месяцев 2015 г. Оборот компании за 1-е полугодие 2015 г. составил 467 млн евро (465 млн евро в 2014 г.). Большая часть доходов — 82% получено за счет деятельности в Еврозоне, в том числе 55% — во Франции. Рост оборота компании сопровождался ростом операционной прибыли — на 2,5% по сравнению с 1 полугодием 2014 г. Этому способствовал успех выставки продуктов питания **Sirha** в Лионе, а также доходы от других «сильных» событий группы. В результате чистая прибыль компании за полгода достигла 20,6 млн евро. Оборот от выставочных мероприятий компании составил 100 млн евро (78,5 млн в 2014 г.), доходы от них выросли примерно на 16%.

<http://www.gl-events.com>



MCH GROUP

Швейцарская группа компаний MCH, которая включает в себя выставочные компании **Messe Basel**, **Messe Zürich**, **Beaulieu Lausanne** и ряд сервисных фирм, опубликовала финансовую отчетность за 1-е полугодие 2015 г. Учитывая многолетние циклы некоторых выставок и другие факторы, сравнить эти результаты с прошлым годом можно только условно. Без выставки **Swissbau**, которая проходит по четным годам, 2015 г. оказался слабым. В 1-м полугодии оборот компании составил 308,5 млн шв. франков (на 8,1% ниже чем за первые шесть месяцев прошлого года). Операционная прибыль до вычета налогов достигла 84,1 млн шв. франков (на 11,2% ниже, чем в 2014 г.). Чистая консолидированная прибыль группы MCH составила 48,7 млн шв. франков.

<http://www.mch-group.com>



CHINA INTERNATIONAL CONFERENCE AND EXHIBITION

Китайская международная выставочная компания **China International Conference and Exhibition (CICE)** стала членом UFI и его официальным медиапартнером. Исполнительный директор компании Чжао Вэй отметил, что UFI имеет высокий авторитет в Китае, и что китайские компании должны извлечь выгоду из присоединения к глобальной выставочной сети. Сотрудничество с UFI будет способствовать развитию выставочной индустрии в Китае и за его пределами. Работая вместе, CICE и UFI будут расширять сферу своего влияния в области организации торговых шоу, конференций и деловых встреч специалистов отрасли с помощью различных СМИ. Среди прочего UFI будет делиться новостями индустрии через специализированный журнал **CICE Magazine**, который содействует развитию выставочной индустрии в Китае с 1994 г.

<http://www.ufinet.org>



MESSE DÜSSELDORF

Немецкая выставочная компания **Messe Düsseldorf** заключила партнерское соглашение с Национальной иранской нефтехимической компанией NPC об участии в организации выставки **Iran Plast**. На предстоящем мероприятии, которое пройдет в Тегеране с 13 по 17 апреля 2016 г., **Messe Düsseldorf** будет отвечать за привлечение иностранных экспонентов и работу с ними. Выставка **Iran Plast** собирается каждые два года и в 2016 г. пройдет в десятый раз. Она давно зарекомендовала себя как важная платформа для демонстрации новинок в производстве пластмасс и резиновых изделий в Иране. В предыдущей выставке приняло участие 68 тыс. посетителей и около 800 экспонентов, 250 из них — иностранные компании.

<http://www.messe-duesseldorf.com>



CONSUMER ELECTRONICS CHINA (CE CHINA)

В апреле 2016 г. состоится первая выставка **Consumer Electronics China (CE China)** в Шэньчжэне. Команда выставочной компании **Messe Berlin** отвечает за организацию проекта. Она намерена сделать **CE China** крупнейшей выставкой в Китае в сегменте потребительской электроники и бытовой техники. Договор о намерениях по этому поводу подписали в Берлине генеральный директор Торговой палаты и комиссии по информации г. Шэньчжэнь и генеральный директор **Messe Berlin**. В подготовке выставки **Messe Berlin** получила полную поддержку со стороны правительства города Шэньчжэнь и китайских поставщиков. Китайская медиагруппа **IDG** будет долгосрочным стратегическим партнером **CE China**.

<http://www.messe-berlin.com>



ICC SYDNEY

Глава австралийского штата Новый Южный Уэльс и министр инфраструктуры и транспорта штата назвали окончание строительства здания конгрессов важным этапом в деле возведения Международного выставочно-конгрессного и развлекательного центра Сиднея (**ICC Sydney**). Здание конгрессов, одно из трех соединенных между собой сооружений, образующих **ICC Sydney**, сконструировано так, чтобы здесь одновременно можно было проводить до трех конгрессов, каждый со своими залами для пленарных заседаний, местами общественного питания и фойе. Ввод в эксплуатацию **ICC Sydney** запланирован на декабрь 2016 г. **ICC Sydney** занимает 20 га на берегу бухты Дарлинг. С его открытием Сидней станет крупнейшим выставочным городом в Австралии и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

<http://www.iccsydney.com>

Подготовлено по материалам сайта Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI <http://www.expodatabase.com> за август – сентябрь 2015 г.

СПОКОЙСТВИЕ ВОПРОТЯЖИ ВСЕМУ

Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) подготовила очередной обзор состояния мировой выставочной индустрии и прогнозы ее развития (15th Global Barometer), в котором подведены итоги опроса представителей 201 компании из 55 стран мира.

Исследование UFI носит серьезный репрезентативный характер. Наряду с информацией, предоставленной компаниями — членами ассоциации из Европы, Азии и Ближнего Востока, в отчет вошли сведения, присланные выставочными ассоциациями Западного полушария и Южной Африки: SISO (США), AFIDA (Латинская Америка) и EXSA (ЮАР).

Тихоокеанского региона, на Ближнем Востоке и в Африке. Между тем, именно в этих регионах мира в прошлом году наблюдались самые высокие показатели.

Среди всех стран мира наилучшие результаты демонстрируют США и Китай, наихудшие — Германия и Россия, лишь в этих странах только 5 компаний из 10 прогнозируют расширение товарооборота, при этом составители отчета делают вывод, что в Германии в 2016 г. ситуация должна улучшиться, а в России — нет.

Из данных опроса видно, что во всех частях света респонденты уверенно говорят о позитивном развитии бизнеса в будущем году. Значительно сократилось количество ответов, показывающих снижение товарооборота менее чем на 10% (в Азии — практически вдвое). Закономерно также, что графа «нет ответа» в случае прогноза на 2016 г. встречается в 2–3 раза чаще в сравнении со второй половиной текущего года.

Прибыль

В Европе, Америке, Африке и на Ближнем Востоке руководители при-

мерно 40% компаний прогнозируют рост годовой прибыли по итогам 2015 г. более чем на 10% в сравнении с прошлым годом. Подобные тенденции в отчетах UFI фиксируются постоянно, начиная с 2013 г. Что касается Азии и стран Тихоокеанского региона, то здесь ситуация более динамичная: в 2014 г. таких компаний было 30%, в 2015 г. — уже 50%.

Средние результаты исследования достаточно хорошо соотносятся с показателями отдельных стран, за исключением Китая, где показатель существенно лучше — 58%. Судя по ответам, наиболее прибыльно работают выставочные компании в Азии — у них вообще нет и не предвидится провалов. Сложней ситуация складывается в Европе, где показатели текущего года хуже прошлогодних.

Влияние экономического кризиса

Исследование UFI Global Barometer впервые проводилось в 2009 г. в связи с необходимостью отследить воздействие мирового финансового кризиса на выставочные рынки. С тех пор респондентов регулярно спрашивают о влиянии на их бизнес кризисных явлений в экономике и о том, когда они ждут окончания этого процесса.

Выставочные компании Китая добились наилучших результатов в этом году, а их руководители наиболее оптимистично смотрят в будущее

Летом 2015 г. примерно половина респондентов ответили, что не ощущают какого-либо влияния кризиса на свои выставки. В Европе количество таких ответов увеличилось с 28% до 45%.

В то же время примерно две компании из трех во всех странах признают такое влияние, но ожидают, что оно прекратится в 2015–2016 гг.

Наиболее важные проблемы выставочного бизнеса

Организаторы исследования попросили руководителей компаний определить три самых важных проблемы для развития их бизнеса из предложенного списка.

Результаты оказались удивительно стабильны, примерно 80% респондентов выбрали четыре темы:

Динамика товарооборота

Вопрос: насколько изменится товарооборот вашей компании во 2-м полугодии 2015 г. и первой половине 2016 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года?

	Европа		АТР		Сев. и Южн. Америка		Ближн. Восток и Африка	
	2015(2)	2016(1)	2015(2)	2016(1)	2015(2)	2016(1)	2015(2)	2016(1)
	% от числа ответивших							
Рост	64	66	43	56	59	59	56	57
Снижение								
> 10%	22	16	36	19	26	19	28	17
< 10%	10	6	11	2	10	18	15	11
Нет ответа	4	12	10	23	5	14	-	15

Влияние на выставочный бизнес кризисных явлений

Вопрос: закончилось ли влияние на ваш бизнес экономического кризиса, и, если нет, то когда закончится?

Регион мира	Да, полностью закончилось	Нет, но закончится в 2015–2016 гг.	Нет, но закончится в 2017 г. или позднее	Нет, когда закончится, не знаем
Сев. и Южн. Америка	48	23	18	13
АТР	57	19	12	12
Европа	45	27	11	16
Ближн. Восток и Африка	44	23	14	19

Динамика изменения прибыли

Вопрос: насколько изменится операционная прибыль вашей компании в 2015 г. в сравнении с 2014 г.?

	Европа		АТР		Сев. и Южн. Америка		Ближн. Восток и Африка	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
	% от числа ответивших							
Рост < 10%	38	35	33	48	39	39	44	37
Стабильно (от -10 до +10%)	44	43	55	41	45	42	41	39
Снижение на 11–50%	10	15	12	11	16	17	8	13
Снижение < 50%	1	1	-	-	-	2	5	8
Полный провал	6	6	-	-	-	-	3	3

Главным итогом исследования UFI можно считать отсутствие заметных негативных трендов и форс-мажорных обстоятельств

Данный опрос проводится UFI дважды в год — в декабре и июле. Цель последнего анкетирования — получить прогнозные оценки о развитии бизнеса выставочных компаний по итогам 2015 г. и в 1-м полугодии будущего года.

Товарооборот

Согласно итогам опроса, увеличения товарооборота ожидают в среднем 6 компаний из 10. В сравнении с 2014 г. более стабильная ситуация складывается в Европе, Северной и Южной Америке. Небольшое замедление темпов роста имеет место в Азии, странах





Судя по всему, наиболее прибыльно работают выставочные компании в Азии

- состояние национальной и региональной экономики (25% ответов);
- организация внутреннего управления в компании (19%);
- конкуренция в выставочном бизнесе на локальном и национальном уровне (18%);
- глобальная экономическая неопределенность (16%).

Следующими по значимости названы проблемы внешнего окружения, не зависящие от организатора: ожидания потребителей выставочных услуг, административное и нормативное регулирование в отрасли и пр. (9%).

Особенности национальных рынков

В исследовании приведены данные по пяти национальным выставочным рынкам: Китая (на основании 22 ответов), Германии (14), Италии (9), России (8) и Южной Африки (15).

Очевидно, что число рассмотренных анкет крайне мало и в принципе не может служить репрезентативной выборкой для количественного маркетингового анализа. Тем не менее эти результаты могут рассматриваться как итоги качественных исследований (фокус-групп), и с этой точки зрения интересны для понимания субъективных оценок ведущих игроков рынка разных стран.

Из представленных данных ясно, что компании в Китае добились наилучших результатов в этом году, а их руководители наиболее оптимистично смотрят в будущее (в сравнении с коллегами из других стран). Впрочем, стоит вспомнить, что опрос проводился летом, до известных событий на фондовом рынке Китая. В целом же, как мы видим из представленных данных, настроения переменчивы и непредсказуемы, достаточно взглянуть на кардинально противоположные оценки немцев и итальянцев по вопросу влияния кризиса на их бизнес.

Главным итогом исследования UFI можно считать отсутствие заметных негативных трендов и форс-мажорных обстоятельств. Пока на глобальном выставочном рынке в целом все спокойно вопреки общей нестабильности в мире.



Итоги исследования национальных рынков

Показатель		Китай	Германия	Италия	Россия	ЮАР
		%				
Товарооборот*	Рост	72	50	71	43	60
	Снижение >10%	22	25	29	57	33
	Снижение < 10%	6	25	-	-	7
Товарооборот**	Рост	72	70	67	38	57
	Снижение > 10%	17	20	-	38	21
	Снижение < 10%	-	-	-	-	14
Операционная прибыль в 2015 г.	Рост < 10%	58	33	33	38	33
	Стабильно (от -10 до +10%)	26	42	45	25	47
	Снижение на 11-50%	16	17	22	25	13
	Снижение < 50%	-	-	-	-	7
	Полный провал	-	8	-	12	-
Влияние экономического кризиса	Полностью закончилось	56	64	11	38	35
	Закончится в 2015-2016 гг.	22	-	56	25	25
	Закончится в 2017 г. или позднее	6	21	-	13	30
	Когда закончится, не знаем	17	14	33	25	10

* Прогноз на 2-е полугодие 2015 г.

** Прогноз на 1-е полугодие 2016 г.





УМНЫЙ ГОРОД БУДУЩЕГО

Города развиваются, меняются и приспосабливаются к окружающим условиям, как любой живой организм. Экономические, политические и экологические изменения среды обитания заставляют одни города разрастаться, а другие уменьшаться. Каждый город по-своему отвечает на региональные, национальные и глобальные вызовы. Регулирование этого процесса сегодня — основа любой градостроительной политики.

Решение проблем современных российских городов и модели их роста будут обсуждаться на IV международном форуме «Умный город будущего», который состоится с 17 по 19 ноября. Форум будет состоять из деловой программы и выставочной экспозиции. Он соберет представителей российских региональных и местных органов государственной власти, министерств и департаментов по строительству и ЖКХ, а также руководителей, инженеров, механиков, энергетиков управляющих компаний, строительно-подрядных, проектных и производственных организаций. В рамках форума состоится конференция «Использование инновационных материалов и технологий для создания эффективной городской инфраструктуры и благоустройства города». Участники обсудят новые технологии в области городского хозяйства, градостроительства, транспорта, ЖКХ, экологии и финансов, поделятся опытом и планами на будущее. В рамках

раздела «Технологии северных городов» состоится конференция «Отечественный и зарубежный опыт проектирования и строительства при освоении Севера», семинары, круглые столы и презентации участников.

Одновременно с форумом в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет международная выставка «Инновационные материалы и технологии в строительстве и ЖКХ». Организатор выставки — компания «Мир-Экспо» с ее помощью начнет публичное обсуждение и демонстрацию состояния и перспектив развития строительной отрасли и ЖКХ в России. В 2015 г. Министерство финансов потратило около 37 млн руб. из федерального бюджета на нужды ЖКХ. Эти средства пошли на капитальный ремонт домов, на переселение граждан из ветхого и аварийного жилья, на другие нужды.

На стендах экспонентов можно будет увидеть презентации новых технологий и материалов для улучшения

состояния ЖКХ, обсудить особенности современного архитектурно-строительного, инженерного и градостроительного проектирования, совершенствования городской инфраструктуры и благоустройства территорий, узнать о новейших технологиях строительства дорог, мостов, тоннелей, подземных сооружений и многое другое.

Каждый российский город уникален. Он сильно зависит от географического положения и климата, культурно-исторического контекста своего формирования, политического, экономического и социального регулирования и национального состава населения. Сегодня их объединяет необходимость постоянного развития и улучшения градостроительной политики, ее совершенствования в ответ на постоянные изменения городской среды и вызовы времени.

Ольга СТАРКОВА

И ВАС ТОЖЕ ВЫЛЕЧИМ...

В условиях экономической неопределенности фармацевтическая отрасль — одна из немногих — ставит перед собой четкие цели и продолжает уверенно развиваться. С 24 по 27 ноября крупнейшая в России международная выставка оборудования, сырья и технологий для фармацевтического производства Pharmtech & Ingredients соберет специалистов со всего мира.

Россия занимает 59-е место из 214 стран по финансированию фармацевтической отрасли из государственных источников на душу населения. Это намного больше, чем в некоторых европейских государствах. Однако в рейтинге эффективности системы здравоохранения, составленном аналитическим агентством Bloomberg, Россия занимает последнее, 51-е место, после Азербайджана и Бразилии.

оснащение предприятий и подготовку специалистов для фармацевтической промышленности. По мнению Владимира Шипкова, исполнительного директора Ассоциации международных фармацевтических производителей (АИРМ), качественный рост фармацевтической отрасли обеспечит России прорыв и в области здравоохранения, но для этого необходимо реализовать все заявленные структурные реформы в отрасли.

Крупнейшая в России международная выставка фармацевтического производства Pharmtech & Ingredients — одна из ключевых выставок, на которой ежегодно можно увидеть новинки оборудования, сырья и технологий для производства медикаментов, БАДов, препаратов крови и косметики. В этом году выставка будет разделена на две части. Сектор Pharmtech представит производителей фармацевтического оборудования и технологий, которые обеспечивают создание новых и модернизацию уже существующих фармацевтических предприятий для получения высокоэффективных лекарственных средств нового поколения. В секторе Ingredients разместятся

Ущербность старой системы здравоохранения становится очевидной, а она, в свою очередь, не дает развиваться смежным отраслям, в том числе фармацевтике.

В изменениях нуждаются политика лекарственного обеспечения населения и система стандартизации разработки и производства лекарственных средств. Необходимо ускорить инновационное развитие отрасли, повысить конкурентоспособность отечественных препаратов, улучшить технологическое

Необходимо ускорить инновационное развитие отрасли, повысить конкурентоспособность отечественных препаратов, улучшить технологическое оснащение предприятий и подготовку специалистов для фармацевтической промышленности



Феруз КАН, генеральный директор по региону Центральная и Восточная Европа компании «Бристол-Майерс Сквибб»:

«Для нас очень важно понимать политику фармацевтической отрасли в России. Мы являемся компанией, которая готова инвестировать в производство своей продукции на территории России. Ключевой момент для нас — забота о пациентах, которые нуждаются в новых средствах терапии по разумной цене. Например, недавно были открыты новые препараты лечения гепатита С, который на сегодняшний день стал абсолютно излечим. В России около 2 тыс. пациентов нуждаются в этих лекарствах, и локализация производства даст возможность снизить цены на новые препараты».



Сергей ЦЫБ, заместитель министра промышленности и торговли РФ:

«Министерство промышленности и торговли сохранит вектор, направленный на инновационное развитие фармацевтической отрасли. Мы будем поддерживать трансфер в Россию новых технологий и исследований в области фармакологии. Мы подставим плечо компаниям, которые начинают массовое проведение исследований в России. Мы активно развиваем закон о промышленной политике. Готовим почву для заключения долгосрочных инвестиционных контрактов с иностранными партнерами».

фирмы-производители активных фармацевтических ингредиентов (АФИ), функциональных и других ингредиентов для производства современных лекарственных средств.

в российской государственной политике, а также проблемы разработки отечественных технологий и закупки оборудования для производства медикаментов, ингредиентов и упаковочных материалов.

В 2014 г. в выставке Pharmtech & Ingredients приняла участие 371 компания из 27 стран мира. Общая площадь экспозиции составила 7,5 тыс. кв. м

На выставке соберутся компании, которые специализируются на проектно-технологических решениях для создания фармацевтического производства под ключ, проведении клинических испытаний и занимаются проблемами фармлогистики. Специалисты фармацевтической отрасли смогут встретиться с представителями ведущих международных компаний, пообщаться с коллегами.

В дни работы Pharmtech & Ingredients пройдет 10-й международный форум «Фармтехпром» — место встречи с лидирующими компаниями — производителями сырья, материалов, оборудования и услуг из Германии, Италии, Франции и других стран. В рамках форума запланировано обсудить темы закупки сырья и ингредиентов для фармацевтического производства в связи с изменениями

Для фармацевтической отрасли важны устойчивость, качество и инновации. В первую очередь — те инновации, которые переключают экономику и систему здравоохранения с государственного управления на поддержку самоуправления, окупаемость и инновационное развитие. В условиях экономической турбулентности, когда почти все производство в России стагнирует, фармацевтика является серьезным исключением.

Ольга СТАРКОВА



ТАБЛЕТКА ДЛЯ ФАРМАЦЕВТОВ

Здравоохранение — одна из самых сложных и уязвимых областей российской жизни, и фармацевтика, как важнейшая ее составляющая — предмет постоянного интереса не только со стороны специалистов и властей, но и простых обывателей. Ведь все невзгоды этих отраслей отражаются именно на них. Под флагом импортозамещения фармацевтика живет уже более пяти лет, и в этом году пришло время подведения промежуточных итогов.

Истоки текущих проблем, как и во многих других отраслях, кроются в советском прошлом. В социалистическом блоке флагманом фармацевтического производства была Венгрия, так что российская экономика унаследовала крайне ограниченные активы. Еще одно труднопреодолимое препятствие — отсутствие квалифицированных кадров. Для того чтобы их воспитать, нужны годы. Всем ясно, что решить существующие на данный момент проблемы путем простого вливания денег невозможно и бессмысленно. «Мы заливаем деньгами неэффективную систему здравоохранения», — уверена директор Института экономики здравоохранения ВШЭ Лариса Попович. По уровню смертности наша страна находится между Мали и Свазилендом, при том что подушевое финансирование, по словам Попович, за последние несколько лет выросло больше чем втрое — на 210%. То есть основная проблема не в деньгах, а в их расходовании. Ряд экспертов уверены, что только на неэффективных госзакупках теряется более 200 млрд руб. Единственное, с чем согласны все, — менять суще-

Менять существующее положение в здравоохранении нужно так, чтобы не сломать то, что пока еще работает

ствующее положение нужно так, чтобы не сломать то, что пока еще работает.

Сейчас крупнейшим российским производством является компания «Фармстандарт», основанная в 2003 г. на базе заводов, выкупленных у американской ICN Pharmaceuticals. Остальные участники рынка с трудом составляют ей конкуренцию.

Большая часть выпускаемой в стране фармацевтической продукции не брендирована и не может конкурировать с западными аналогами или выйти за пределы внутреннего рынка. К тому же в сфере здравоохранения частный бизнес занимает мизерный процент рынка, в связи с этим остро встает вопрос обеспечения населения лекарствами, особенно после введения санкций и усложнения общей экономической обстановки.

Председатель правления Ассоциации медицинских обществ по качеству медицинской помощи и медицинского образования (АСМОК) Гузель Улумбекова отмечает, что рынка лекарственных средств в стране практически нет, для России оборот в 130 млрд руб. (имеются в виду государственные средства) — это капля в море: «Рынок очень маленький, все толкаются локтями, но увеличить его за счет средств населения невозможно, доходы населения падают, поэтому необходимо вливание средств региональных и федеральных бюджетов для обеспечения населения лекарствами в амбулаторных условиях». По ее словам, сейчас в России тратится на эту часть здравоохранения в пять раз меньше, чем в странах ЕС.

«Заграница нам поможет»

Как отмечалось выше, обеспечение населения лекарствами невозможно без усиления участия государства, но основными их поставщиками по-прежнему остаются западные компании. В качестве подтверждения можно привести отчеты компании DSM, занимающейся аудитом и анализом фармацевтического рынка. Согласно этим данным, в апреле 2011 г. доля российских препаратов на рынке составляла 61%, а в апреле 2015-го — только 56%.

К 2017 г. темп роста фармацевтического рынка России составит как минимум 9%



При этом средняя цена упаковки выросла с 93,1 руб. до 143,6 руб. К тому же к апрелю 2015 г. компании Novartis (Швейцария), Sanofi (Франция) и Bayer (Германия) вытеснили «Фармстандарт» из тройки лидеров по стоимостному объему продаж.

Причина такого роста в том числе и в расширении производств на территории России. Sanofi в 2013 г. открыла производство (выпуск инсулина) в Орле, где выкупила контрольный пакет акций местного завода. С начала 2014 г. около 20 международных фармацевтических компаний открыли собственные производства в России: в Санкт-Петербурге, Калуге, Ярославле. Для западных компаний в принципе нет иного способа выйти на российский рынок. Если аналог какого-то лекарства производится внутри страны, то иностранной компании будет очень сложно получить разрешение на импорт. К тому же, согласно стратегии «Фарма-2020», доля фармацевтической продукции, произведенной на территории России, должна быть увеличена до 50%. Имеется в виду именно производство фармакологического компонента, так как в большинстве случаев на территории России осуществляется лишь

Из Стратегии развития фармацевтической промышленности на период до 2020 г.:

- Увеличение доли продукции отечественного производства в общем объеме потребления на внутреннем рынке до 50% в стоимостном выражении к 2020 г.
- Изменение номенклатуры лекарственных препаратов, реализуемых на территории РФ, в том числе увеличение доли инновационных препаратов до 60% в стоимостном выражении.
- Увеличение экспорта фармацевтической продукции в 8 раз по сравнению с 2008 г.
- Обеспечение лекарственной безопасности РФ согласно перечню жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств.
- Стимулирование организации производства фармацевтических субстанций на территории РФ в размере, необходимом для обеспечения выпуска 50% готовых лекарственных форм в денежном выражении, включая не менее 85% по номенклатуре из списка стратегических ЛС.





Фармстандарт - крупнейшее в России производство лекарств



Препараты-дженерики — это лекарственные средства, продающиеся под международным непатентованным названием, либо под патентованным названием, отличающимся от фирменного названия разработчика препарата. Дженериками обычно называют лекарственные средства, на действующее вещество которого истек срок патентной защиты. Как правило, дженерики по своей эффективности не отличаются от «оригинальных» препаратов, однако значительно дешевле. Поддержка производства дженериков, их использования в медицинской практике и замещение ими «оригинальных» брендованных препаратов является одной из стратегических целей Всемирной организации здравоохранения для обеспечения доступа к медицинской помощи.



С начала 2014 г. около 20 международных фармацевтических компаний открыли собственные производства в России

конечная стадия производства — формовка и упаковка.

Западные компании не спешат рвать отношения с российскими партнерами даже в условиях санкций. Российские власти и иностранные фармацевтические компании всё еще нуждаются друг в друге. Первые — для создания основ национальной промышленности, вторые видят в российском рынке огромные перспективы на будущие как минимум 10–15 лет.

«Фарма-2020»: половина пути пройдена

Ситуация в медицинской отрасли в целом и в фармацевтике в частности разнится кардинально. Если медицинская промышленность в последние годы переживает спад, то фармацевтика, напротив, опережает эту и другие отрасли экономики.

На момент разработки Стратегии развития фармацевтической промышленности на период до 2020 г. («Фарма-2020») в 2008 г. она была призвана решить такие проблемы, как техническая отсталость производств, отсутствие квалифицированных кадров, отсутствие долгосрочных инвестиций в разработки новых препаратов. Разработки — самая уязвимая часть отрасли, они требуют больших вложений и

времени, а успехи не гарантированы и единичны.

Долгое время российские фармпрепараты не могли встать в один ряд с иностранными еще и по причине отсутствия в стране международных стандартов качества производства, так называемых GMP — Good Manufacturing Practice. Эти правила — по сути адаптированные стандарты ЕС — были утверждены Минпромторгом лишь в октябре 2013 г. (в Стратегии обязательный переход отечественных предприятий на стандарты GMP предусматривался не позднее 2011 г.). Однако сама отрасль была не готова их применять. Реформа затянулась, и правила в какой-то степени начали действовать только в текущем году. Но переходный

период может продлиться и до следующего года, что тоже не будет на руку российским компаниям, ведь в 2016-м весь мир планирует перейти на новые стандарты GMP.

Претерпел изменения и бюджет стратегии. Первоначально предполагалось, что в 2016–2017 гг. инвестиции составят максимальную сумму в 18,8 млрд и 18,5 млрд руб. в год соответственно, затем планировалось постепенно снижать финансирование: в 2018-м — 15,1 млрд, в 2019-м — 5,1 млрд и в 2020 г. — 0,7 млрд руб. В июне 2015 г. Минпромторг выступил с предложением сократить финансирование программы на 23,5 млрд руб. Окончательное решение пока не принято. Предложение Минпромторга очень уж «заметное». Тем более что фармотрасль только начала делать успехи.

«Практически все запланированные показатели выполняются, как по выпуску препаратов-дженериков, замещающих более дорогие импортные оригиналы, так и по локализации производств», — заявлял в январе 2014 г. президент ассоциации «Росмедпром» Юрий Калинин.

Если будет принято решение о сокращении финансирования, в программу придется внести изменения и касающиеся экспорта. Предполагалось, что

в 2016-м он вырастет до 28,8 млрд руб., а к 2020-му достигнет 105 млрд руб. Теперь эти цифры тоже придется скорректировать.

Девальвация рубля и рост цен заставляют участников рынка искать новые способы выхода из сложившейся ситуации. Одним из них называют параллельный импорт. Метод спорный. Так, к примеру, замглавы Минэкономразвития Олег Фомичев вообще назвал его «опасным» и требующим дополнительного обсуждения.

Параллельный импорт для российского рынка означает, что ввозить лекарства в страну сможет не только производитель или его уполномоченный дистрибьютор, но и все другие поставщики из любой страны мира, причем без разрешения правообладателя. Пугает это прежде всего снижением качества препаратов и уровня контроля, однако, по мнению сторонников метода, это позволит, если и не снизить рост цен, наблюдаемый в последнее время, то хотя бы затормозить его.

Сейчас в попытках остановить рост цен правительство планирует централизовать закупки медпрепаратов для государственных учреждений, но касаться это будет в первую очередь списка жизненно важных лекарств (так называемый список ЖНВЛП — жизненно необходимых и важных лекарственных препаратов). В программе «Фарма-2020» ставилась задача, чтобы не менее 85% лекарств из этого списка производились в РФ. В 2012 г. этот список включал в себя 567 наименований, из которых всего 93 производились на территории России. Как сообщила 13.07.2015 Газета.Ru, сейчас список включает более 600 наименований, и на территории страны производят уже 413 жизненно необходимых препаратов.

Импортозамещение в условиях кризиса

Несмотря на кризис и глобальные проблемы в области здравоохранения, российский фармацевтический рынок продолжает оставаться одним из самых перспективных и привлекательных для инвесторов: это более 140 млн потенциальных потребителей и ежегодный оборот в 18 млрд евро. К тому же, по



Решить проблемы здравоохранения и фармацевтики путем простого вливания денег невозможно и бессмысленно



оценкам экспертов, потенциал роста у этого рынка на порядок выше, чем в других отраслях экономики — 6–10% в год, даже в условиях санкций и общей стагнации.

И хотя проблем в этой сфере все еще больше, чем решенных вопросов, большинство экспертов оптимистично смотрят на развитие ситуации. Согласно прогнозам аналитиков, к 2017 г. темп роста фармацевтического рынка России составит как минимум 9%.

Экономический кризис ввел ряд корректировок в курс на импортозамещение, ведь главной жертвой в итоге становится конечный потребитель. Так, например, пока не будет вводиться запрет на импортные медпрепараты и технику. Перед фарминдустрией стояла задача довести уровень отечественного производства лекарств до 90% к 2018 г. Сейчас этот показатель составляет около 65% — цифра, превосходящая самые радужные оценки экспертов на этапе запуска стратегии «Фарма-2020».

И все же российская фармацевтика находится в настолько отсталом положении, что вытянуть ее могли бы лишь динамичные разработки и миллиардные вложения. Главное, чтобы они не утасли под влиянием кризиса.

Наталья ПОПОВА



Good Manufacturing Practice — это правила, регламентирующие процесс производства, испытаний и хранения медикаментов, следовательно, их качества. В медицине качество конечного продукта зависит не столько от формулы, сколько от процесса производства. Важной составляющей GMP является то, что контролирует выполнение этих стандартов само государство.

ДЕРЕВО: СВЯЗЬ ВРЕМЕН

Обработка дерева — одно из первых ремесел, которым овладел человек, а древесина до сих пор — один из самых популярных строительных материалов. И это не удивительно, древесина имеет массу плюсов: легкость обработки, высокие декоративные и строительные качества, широкий выбор пород.

14-я Международная выставка лесозаготовительной техники, оборудования и технологий для деревообработки и производства мебели Woodex Moscow пройдет в Москве с 24 по 27 ноября в МВК «Крокус Экспо». Выставку организует Международная выставочная компания MVK в составе Группы компаний ITE.

Woodex Moscow — ведущее в России отраслевое мероприятие международного значения, на котором известные производители и поставщики демонстрируют новейшее оборудование и технологии для лесозаготовки, деревообработки, переработки древесины и производства мебели. Выставка проводится один раз в два года и собирает на своей площадке специалистов отрасли из разных регионов страны, а национальные экспозиции представляют сразу четыре европейских государства: Италия, Германия, Франция и Чехия.

В этом году в выставке участие примут 400 крупнейших отечественных и зарубежных производителей и поставщиков широкого ассортимента продукции: от лесопильного оборудования до роботизированных установок. Среди участников: BG Holztechnik, Cefla, Felder Group, Griggio, Hekotek, Homag, IMA, Koimpex, Sawmill concept, SCM, Siempelkamp, Weinig, Wintersteiger, «Аграф», Ассоциация «КАМИ» и другие.

Посетители выставки смогут увидеть оборудование в действии и оценить его технические характеристики, изучить широкий ассортимент продукции мировых производителей и найти партнеров.

История обработки дерева насчитывает не одно тысячелетие. Уже в Каменном веке у пещерных людей появились первые инструменты для деревообработки. Со временем из простого ремесла обработка дерева превратилась в искусство.

Инструменты совершенствовались, что привело к развитию новых способов обработки древесины. В V веке до н. э. на территории Центральной и Восточной Европы из древесины уже возводились города с крепостными

Woodex
Moscow пройдет
в МВК «Крокус
Экспо» с 24 по
27 ноября

стенами. В Древней Греции и Риме строились не только частные дома, но и большие общественные здания. Дерево применялось для строительства в Китае и Японии. Одно из старейших деревянных зда-

Одно из старейших деревянных зданий — японский храм, построенный примерно за 900 лет до н. э.

ний — японский храм, построенный примерно за 900 лет до н. э. Здесь были достигнуты самые значительные результаты как в конструктивном, так и в декоративном отношении.

Строительство из дерева также было распространено в странах Северной Европы и на Руси. Русское искусство, возникшее на основе народного творчества, создало художественные произведения мирового значения. Русские люди были прекрасными строителями, виртуозно владевшими навыками художественной обработки древесины, разнообразными способами изготовления деревянных изделий и их украшения. Из дерева делали всё: храмы, избы, терема знати, культовые постройки, красивую бытовую утварь. Токари из мягкой древесины вытачивали чашки, миски-ставцы, бочары из дубовых досочек-клепок собирали бочки, жбаны. Из клена вырезали изысканные ложки, из луба гнули короба для приданого. Замечательными видами русского

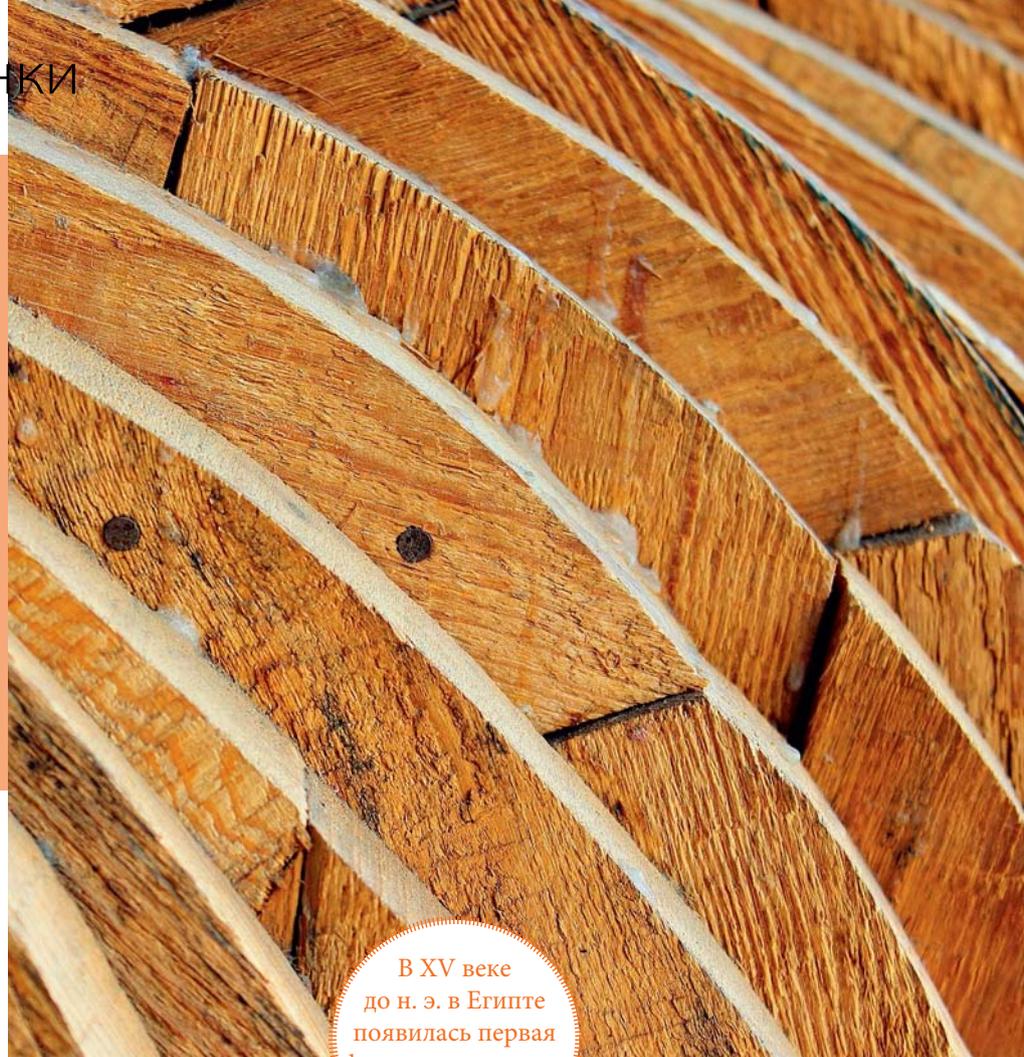


Выставки и рынки

Древесина обладает красивым естественным цветом и разнообразными рисунками текстуры, хорошей теплоизоляцией, водонепроницаемостью, удобством обработки, небольшой плотностью и рядом других преимуществ. Из древесины строили жилые помещения и хозяйственные постройки, городские стены и укрепления, храмы и мосты; изготавливали посуду (чаши, кубки, ведра, кадки, ложки, ковши, солонки); лодки и корабли, струги, телеги, кареты и сани, орудия труда для сельского хозяйства и домашних работ (веретена, прялки).



Русское искусство, возникшее на основе народного творчества, создало художественные произведения мирового значения. Великолепные памятники деревянного зодчества сохранились в Ярославле, Вологде, Кижах. Фасады зданий украшались с помощью прорезной резьбы по дереву. Резные ставни, наличники, фронтоны, балясины придавали дому неповторимый вид. Двери украшались с помощью объемной резьбы. Основные мотивы — изображения птиц, рыб, животных, цветов, сказочных существ, геометрические элементы. Украшался резьбой и интерьер дома. Использовалась филиченчатая вязь, тонкие изогнутые доски, деревянный мозаичный набор.



В XV веке до н. э. в Египте появилась первая фанера из красного и черного дерева

декоративно-прикладного искусства являются прялки и деревянная посуда, формы которой появились в глубокой древности и, развитые многими поколениями мастеров, достигли высокого художественного совершенства.

Русский Север славился поделками из бересты. В XVII–XVIII вв. искусство художественной резьбы по дереву получило развитие в оформлении иконостасов, дворцовых интерьеров, в мебели. Большим спросом на Руси пользовались изделия из капового нароста — удивительного материала, называемого мастерами деревянным малахитом.

Древесина всегда служила материалом для изготовления полов. Первые деревянные полы появились в домах Египта, Индии, Китая и постепенно стали применяться в других странах. В средние века неотъемлемой частью богатых домов, замков и дворцов стал паркет. Резное, инкрустированное, лакированное и позолоченное дерево применялось в украшении стен и мебели наряду с обивкой, мозаикой и керамикой. Дерево раскрашивалось

и покрывалось позолотой. Активно использовались разные породы дерева, что придавало особую красоту строениям и предметам.

В эпоху классицизма в домах появились кабинеты и библиотеки, стены которых были отделаны панелями из редких пород дерева. Декорирование стало особенно виртуозным, а древесина применялась для отделки всех плоскостей и поверхностей в здании, как внутренних, так и наружных.

Дерево считалось и считается универсальным материалом для создания гармоничного помещения. И сегодня оно позволяет реализовать любые идеи, ведь возможности его применения безграничны.

Время идет, но дерево не уступает в популярности новым материалам и технологиям. Его любят приверженцы и классического стиля, и современного. Ведь дерево — это связь с природой, экологичность, индивидуальный дизайн и надежность.

Игорь КОНДРАШОВ



ИГРАТЬ — НЕ ПЕРЕИГРАТЬ

Почему так притягательны выставки игрушек? Конечно, дело не только в собственных воспоминаниях и желании найти что-то новое, яркое и необычное для своего ребенка. Причина в другом. Каждый из нас в глубине души остается ребенком. Неслучайно разного рода игрушки сопровождают нас в течение всей жизни. Дорогие часы, коллекционное оружие, модели автомобилей, настольные приборы с двуглавым орлом, бизнес-сувениры, жестяные домики с элитным чаем — разве это не игрушки?

Spielwarenmesse: заслуженное лидерство

Крупнейшая в мире специализированная выставка игрушек, игр и сопутствующих товаров Spielwarenmesse проходит в Нюрнберге ежегодно в январе — феврале.

Впервые она состоялась в марте 1950 г. под именем Deutsche Spielwarenfachmesse и уже тогда была немаленькой: 351 экспонат, 4,3 тыс. посетителей и 3 тыс. кв. м экспозиционной площади. Успех начинания способствовал тому, что через четыре месяца 46 немецких предприятий-производителей основали кооператив для организации ежегодной ярмарки игрушек. Именно эта компания — Spielwarenmesse eG и проводит ее сегодня. В 1973 г. ярмарка переехала в новый выставочный центр NuernbergMesse, который никогда более не покидала. Развитие проекта и выход на международный рынок дважды приводили к смене имени: с 1958 г. — Internationale Spielwarenmesse Nürnberg, с 1997 г. — Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg.

Всемирный характер смотра подтверждает не только показатель интернациональности участия (71,8%), но и чрезвычайно широкий географический охват стран: КНР и Гонконг — 449 компаний, Великобритания — 174, США — 150, Франция — 147, Тайвань — 70, Южная Корея — 51, Израиль — 37, Индия — 30. Из России приехали 18 экспонентов. Устроители подсчитали, что на стендах находилось не менее миллиона образцов товаров, включая 75 тыс. новинок.

Что касается посетителей, то больше всего было итальянцев — 4 тыс., затем французы — 2,8 тыс. и испанцы — 2,2 тыс. Граждан России зарегистрировано 1,2 тыс. (годом ранее — 1,9 тыс.).

Особенность проекта — глубокое проникновение в виртуальный мир. План экспозиции, каталог и иная полезная информация доступна в интернете как на стационарных компьютерах, так и на всех видах мобильных устройств, не говоря уже о социальных сетях.

По традиции, выставка включает специальные разделы и мероприятия, в их числе — новейшие тенденции ин-

дустрии игрушек и товаров для хобби и досуга; бизнес-форум индустрии игрушек; центр новых экспонентов; образ жизни, брендовые товары; центр тестирования и контроля; коллективная экспозиция китайских производителей, отобранных устроителем.

HKDTC: Кинг-Конг из Гонконга

Ведущая азиатская выставка игрушек HKDTC Hong Kong Toys & Games Fair проводится ежегодно в январе в павильонах Конгрессно-выставочного центра Гонконга. Организатор — департамент выставок Совета по развитию торговли Гонконга. В этом году проекту исполнилось 40 лет.

Согласно данным аудита, в HKDTC-2015 приняли участие 1864 экспонента, в том числе 1013 иностранных, и 43 тыс. гостей, включая 20 тыс. зарубежных. Площадь нетто — 30 тыс. кв. м. Характерно, что все эти показатели практически не менялись в течение последних трех лет.

Несмотря на масштабы, выставку вряд ли можно считать всемирной. По данным устроителя, большая часть посетителей родом из азиатских стран — 72,2%, меньшинство — из Европы (13,3%), Северной Америки (5,5%) и Латинской Америки (2,9%).

Параллельно с ярмаркой игрушек состоялись еще три выставки, подготовленные тем же организатором: HKDTC Hong Kong International Licensing Show (лицензирование и защита авторских прав); HKDTC Hong Kong Baby Products Fair (товары для младенцев); Hong Kong International Stationery Fair (канцелярские изделия).

Для участия в четырех мероприятиях устроитель организовал приезд 13 деловых миссий закупщиков (байеров), которые в общей сложности представляли около 6 тыс. компаний и 9 тыс. специалистов из 65 стран и регионов мира.

American International Toy Fair: здесь родился Teddy

Крупнейшая в Западном полушарии отраслевая выставка проводится ежегодно в начале февраля в выставочно-конгрессном центре Jacob K. Javits Convention Center в Нью-Йорке.



Старейшей в мире Американской международной ярмарке игрушек исполнилось 112 лет. В 1903 г. там состоялся дебют Teddy, самого известного в мире плюшевого медвежонка

Устроители — американская ассоциация производителей игрушек в партнерстве с коллегами из Канады: U.S. Toy Industry Association Inc. (TIA), Canadian Toy Association (CTA).

Возраст ярмарки совсем не детский — 112 лет! В феврале 1903 г. она привлекла не более десяти компаний, зато каких! Именно тогда состоялся дебют Teddy, самого известного в мире плюшевого медвежонка. Пользуясь все большей популярностью, ярмарка развивалась и в 1910 г. переехала в здание Fifth Avenue Building, получившее в 1925 г. имя Международный центр игрушек (International Toy Center). В течение многих лет выставка проводилась именно здесь, потом — одновременно в двух местах: в здании на Пятой авеню и на нынешней площадке.

Устроители по праву гордятся историей проекта и порядковыми номерами своих мероприятий: в феврале этого года на Манхэттене состоялась 112-я по счету Американская междуна-



У немецкой выставки игрушек Spielwarenmesse нет конкурентов. Статистика 2015 г. говорит сама за себя: 2857 экспонентов, в том числе 2051 иностранный из 67 стран; 70 тыс. посетителей, включая 40,4 тыс. зарубежных из 125 стран; площадь нетто — 109,3 тыс. кв. м.



Крупнейшая в мире выставка игрушек Spielwarenmesse проходит ежегодно в Нюрнберге

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) прошли две выставки со схожими названиями и по близкой тематике: China Toy Expo (Китайская выставка игрушек) и China Kids Expo (Китайская выставка товаров для детей).

Первую организует Китайская ассоциация производителей игрушек и товаров для юношества (China Toy & Juvenile Products Association, TJPA), вторую — та же структура совместно с немецкой компанией Koelnmesse. Одновременно состоялась специализированная выставка China Licensing Expo.

Согласно итоговому отчету прошлого года, в трех мероприятиях, также проходивших одновременно, участвовали 1364 экспонента и 50,5 тыс. посетителей-специалистов. Общая площадь экспозиций составила 120 тыс. кв. м. Интересно, что в Шанхае есть показатель отчетности, отсутствующий у нас: китайских экспонентов организаторы делят на две группы: экспортеров (86%) и «домашние» предприятия, работающие исключительно на внутренний рынок (14%).

Что особенно обрадовало организаторов в прошлом году, так это 40%-й рост числа посетителей-специалистов: на первом месте по количеству новых гостей была Россия, далее шли США, Индия, Сингапур, Польша, Великобритания и Австралия.

Играть везде, играть всегда...

Понятно, что выставки игрушек «прописались» во всех столицах и крупных мегаполисах, однако далеко не везде они смогли выйти за пределы национального рынка. Так, в прошлом году в Tokyo Toy Show (Токио) приняли участие 156 экспонентов, в Kids India (Мумбай) — 153 компании, а в Kids Turkey (Стамбул) — лишь 117 фирм. Тем не менее не сказать о некоторых проектах нельзя.

Ярмарка игрушек в Лондоне называется так, будто никаких иных подобных мероприятий в мире вообще больше нет — The Toy Fair. Проходит она ежегодно в январе в выставочном зале Olympia. Организатор: British Toy and

Hobby Association. По своему возрасту лондонская ярмарка — ровесница нюрнбергской, дебютировала в 1954 г. Прошло более полувека, и в январе на 62-ю The Toy Fair приехали 265 экспонентов. Немало, конечно, если не сравнивать с немецким конкурентом, который за тот же исторический срок и в схожих рыночных условиях вырос более чем в 10 раз.

В Москве специализированной выставки, посвященной исключительно играм и игрушкам, сегодня нет. На рынке конкурируют два вполне состоявшихся проекта, тематика которых охватывает не только игрушки, но и всевозможные товары для детей. Проводятся они с разрывом в полгода, что, конечно, несколько сглаживает противостояние.

Выставка «Мир детства» проходит с 1994 г. ежегодно в сентябре на Красной Пресне. Организатор: «Экспоцентр». В этом году в ней участвовали 485 компаний из 30 стран. На площади свыше 14 тыс. кв. м (нетто) отечественные и зарубежные производители демонстрировали весь спектр продукции и услуг для детей, начиная с товаров для новорожденных и заканчивая моделями конструкторами и радиоуправляемыми моделями.

Другую выставку — «Детство/Kids Russia» также ежегодно, в марте, в «Крокус Экспо» организует «НАИР Экспо» при участии Spielwarenmesse eG. Показатели нынешнего года: 242 экспонента из 12 стран, площадь брутто — свыше 9,5 тыс. кв. м. Интересно, что проект родился в 2007 г. при участии немецких партнеров исключительно как выставка игрушек. Собственно говоря, она так и назвалась: «Игрушка» — скромная русская версия Spielwarenmesse, но потом имя сменили и тематику расширили.

Изучая ведущие мировые выставки игрушек, приходишь к удивительному выводу: периодичность и даты проведения выставок в Нюрнберге, Нью-Йорке, Гонконге и Лондоне практически совпадают. Почему — непонятно, очевидно ведь, что немногие производители могут позволить себе каждый год строить масштабные стенды одновременно в разных концах Зем-



ли. Возможно, как сказал герой Фрунзика Мкртчяна в фильме «Мимино», их организаторы такую неприязнь друг к другу испытывают, что даже кушать не могут...

И все же, говоря об этих выставках, трудно уйти от ощущения радости, шоу, фейерверка. Везде и повсеместно, рождаясь как торговые площадки, они превращаются в праздник не только для детей, но и для их родителей. За это их и любят.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ
«ИнформЭКСПО» — специально для
журнала «Бизнес и выставки»

В рамках общей экспозиции Hong Kong Toys & Games Fair в 2015 г. было выделено четыре тематические зоны: новые инновационные изделия и традиционные игрушки, дополненные возможностями цифровых технологий, включая доступ в интернет; товары премиальных брендов (82 экспонента, 165 торговых марок); предметы коллекционирования на любой возраст (модели автомобилей и поездов, игрушечные фигурки и пр.), приспособления для сеансов магии и военные игры; всё для спорта.

В Шанхае китайских экспонентов организаторы делят на две группы: экспортеров и «домашние» предприятия, работающие только на внутренний рынок



На первой Американской международной ярмарке игрушек, которая состоялась в 1903 г., восхищение гостей вызывали модели железных дорог и игрушечные поезда компании Lionel Corporation. До сих пор среди коллекционеров поездов Lionel, изготовленные с 1900 г. по 1969 г., считаются образцами тщательности работы и аутентичности деталей, полностью соответствующих конструкции реальных паровозов и вагонов.

родная ярмарка игрушек. В Нью-Йорк съехались более 1 тыс. экспонентов: производители, импортеры, дистрибьюторы и торговые агенты, а также 9 тыс. специалистов оптовой торговли, включая членов 22 национальных делегаций. Площадь нетто составила 39 тыс. кв. м.

Американская ярмарка славится удивительным сочетанием новаций и традиций. Здесь есть и ультрасовременные игрушки, например куклы-роботы, способные самостоятельно вести интерактивные игры с ребенком, и традиционные изделия родом из XIX в.: деревянные наборы для рукоделия, красочные картонные коробки в виде сердца для хранения богатств юных принцесс и многое другое.

По традиции экспонаты участников предлагались в нью-йоркских магазинах игрушек по всему городу.

Шанхай: две выставки в зеркальном отражении

С 20 по 22 октября 2015 г. в новом выставочном центре Шанхая —



МОСКВА ТРАНСПОРТНАЯ

БиВ продолжает серию публикаций об истории развития общественного транспорта Москвы. Архивные материалы, редкие фотографии, интересные экспонаты, документальные киноленты были представлены на выставке «Как поехала Москва», которую Музей Москвы приурочил к 80-летию Московского метрополитена (БиВ № 4 и 5, 2015).

Зеленый огонек

Считается, что первое такси в Москве появилось в сентябре 1907 г., когда газета «Голос Москвы» сообщила о появлении на улицах Первопрестольной автомобиля американской марки Oldsmobile с вывеской «Извозчик. Такса по соглашению». В 1910-е гг. определились три вида коммерческих пассажирских автомобилей: такси — наемный автомобиль, проезд в котором оплачивался по показанию счетчика-таксометра; прокатный автомобиль — наемный автомобиль, проезд в котором оплачивался по договоренности пассажира с водителем; моторный омнибус — многоместный автомобиль, прообраз автобуса и маршрутного такси.

До 1917 г. многие московские предприниматели пробовали свои силы в таксомоторном бизнесе, создавали гаражи, в которых работало от нескольких до десятков машин, чаще всего французских или немецких марок.

В период социальных потрясений и гражданской войны таксомоторное дело в Москве заглохло. Однако в 1920-

е гг., с началом НЭПа, этот бизнес сразу возродился. В Москве существовало несколько гаражей прокатчиков, они использовали машины дорогих европейских марок (Mercedes, Austro-Daimler, Talbot и др.). К концу 1924 г. в столице работало примерно 150 прокатных машин.

Советская власть решила противопоставить частным предпринимателям дешевое государственное такси. Вот что писала газета «Вечерняя Москва» в июне 1925 г.: «В Москве тесно. Город не помещается в своих узких горбчатых улицах. Не хватает вагонов трамвая, вводятся автобусы.

Не удовлетворяют автобусы, и вводится такси». Газету цитирует В. Носов, бывший генеральный директор АМО ЗИЛ, в своей очерке в книге «Московия» («Московский писатель», 1997 г.). Он пишет: «... 21 июня 1925 г. воскресным утром из ворот гаража во втором Дьяконовском переулке, что неподалеку от Каланчевки, на улицы столицы торжественно выехали 16 автомобилей французской фирмы «Рено». Яркая желтая полоса на кузове привлекла внимание вечно спешащих москвичей. Водителей такси одели

Последней новой моделью советского такси стала «Волга» ГАЗ-24-11



в особую униформу — кожаный шлем и куртку».

Сначала машины базировались в общих гаражах со служебными и персональными автомобилями, позднее их вывели в отдельный гараж, ставший Первым таксомоторным парком. К 1930 г. парков было уже два, а на линии работало примерно 200–300 автомобилей.

Наступившие в «год великого перелома» перемены во внутренней политике поставили крест на частном такси прокатчиков. Монополию на пассажирские перевозки получили городские таксомоторные парки. В них до 1934 г. поступали только машины марки Ford-A. На смену этой американской машине пришел первый автомобиль-такси отечественного производства ГАЗ-А.

В 1936 г. появилась новая горьковская легковая модель ГАЗ-М1, который в народе переименовали в «эмку». «Эмка» стала первым массовым советским такси. Она прослужила верой и правдой больше 10 лет. «Новые страницы в историю развития таксомоторного транспорта вписаны в послевоенные годы. На смену желтой полосе в 1950 г. пришла «шахматная» полоса, а крас-

ную табличку «свободен» сменил зеленый огонек», — пишет В. Носов.

После Великой Отечественной войны самым распространенным такси стала «Победа». К началу 1952 г. в Москве уже работало около 3 тыс. такси в пяти парках. С конца 1957 г. «Победы» начали массово заменять «Волгами», из них формировали новые колонны и целые парки. «Волга» выгодно отличалась от «Победы» более просторным салоном, увеличенной до 70 л.с. мощностью двигателя, возросшим ресурсом.

Последней новой моделью советского такси стала модернизированная в 1985 г. «Волга» ГАЗ-24-11.

В памяти нескольких поколений москвичей навсегда остались «шашечки» с буквой «Т» и зеленый огонек...



В настоящее время большую часть столичного автобусного парка составляют отечественные автобусы большой вместимости

Маршрутные такси появились в 30-е годы XX в. Легковые автомобили ЗИС-101, позже ЗИС-110 курсировали между важнейшими площадями столицы, вокзалами и крупными выставками, парками, отвозили пассажиров на спортивные матчи. Так, в 1939 г. доставкой посетителей на Всесоюз-



В новом столетии парк автомобилей такси в Москве составляют в основном иномарки. Современное московское такси представляет собой огромное количество перевозчиков, в том числе и нелегальных. В 2011 г. был принят новый закон о такси. Теперь для осуществления услуг такси, необходимо иметь лицензию.

ную сельскохозяйственную выставку (ВСХВ), наряду с трамваями, троллейбусами и автобусами, занимались 120 маршрутных такси. В отличие от обычных такси, где работали таксометры, плата за проезд в маршрутном такси устанавливалась по тарифным участкам, как в автобусах и троллейбусах тех времен.

В 60-е годы в качестве маршрутных такси начали использоваться автобусы особо малого класса (микроавтобусы) РАФ-977 и автобусы малого класса ПА3-652. Очень скоро они вытеснили легковые автомобили с маршрутного движения.

В постсоветский период, с 1996 по 1998 гг. латвийские РАФы, ставшие импортными, были полностью вытеснены более просторными отечественными микроавтобусами ГАЗ-32213 («Газель»).

Сеть маршрутных такси во многом повторяет сеть автобусных (реже троллейбусных) линий, но все-таки имеет свою специфику. Маршруты такси, как правило, короче автобусных (отсекаются «нерентабельные» участки), могут изменяться в зависимости от загруженности улиц, очень часто обслуживают перевозку пассажиров на относительно небольшое расстояние (конечной, как правило, является станция метро). Особенно велика роль маршрутных такси на пригородных участках. В некоторых случаях они являются единственным видом транспорта.

По рельсам

Железную дорогу из Петербурга в Москву начали строить в 1843 г. под руководством П. П. Мельникова и Н. О. Крафта. Движение по ней было открыто 1 ноября 1851 г. Первый поезд преодолел расстояние за 19 часов. По тем временам это была самая протя-

женная в мире двухпутная железная дорога. На ней были построены 34 станции, 2 крупных вокзала, 278 искусственных сооружений.

В результате бурного железнодорожного строительства в конце XIX — начале XX вв. Москва превратилась в крупнейший железнодорожный узел России. С тех пор в Москве действуют 9 железнодорожных вокзалов.

В 1903–1908 гг. была построена грузовая Московская окружная железная дорога (Малое кольцо). С радиальными направлениями Малое кольцо связано 22 соединительными ветвями. Протяженность кольца — 54 км, с учетом примыкающих веток и подъездных путей — 145 км.

В стремительно растущей Москве пригородные поезда постепенно стали выполнять и роль городского общественного транспорта. Учитывая это, на 2016 г. было запланировано открытие регулярного пассажирского движения электропоездов по Малому кольцу, которое в перспективе должно иметь 31 остановочный пункт. Позднее, однако, сроки ввода движения электричек по Малому кольцу отодвинулись на 2020 г.

Многие эксперты, впрочем, считают, что железнодорожные пути, проходящие по территории Москвы, не столько улучшают транспортное положение в столице, сколько осложняют его. Железная дорога требует больших полос отчуждения, пути «рубят» город на непреодолимые для других видов транспорта сектора.

Московский автобус

Поскольку в начале XX в. городские власти не хотели создавать конкуренцию трамваю, первая автобусная линия в Москве была пригородной — от Камер-Коллежского вала в районе Марьиной Рощи до Останкино. Линия была открыта 17 июля 1907 г., и на ней в летний сезон курсировали два открытых автобуса, принадлежавших графу Шереметеву: 8-местная линейка «Даймлер» и 12-местный шарабан NAG. За проезд от Москвы до Останкино был установлен тариф в 15 копеек.

Первый автобусный маршрут в Москве (Тверская застава — Каланчевская

площадь) был открыт 8 августа 1924 г. На линии работали в основном английские машины «Лейланд», способные перевозить только 28 пассажиров. В 1920–30-е годы активно развивалась маршрутная сеть, но тем не менее вплоть до 1950-х годов автобус играл очень незначительную роль в перевозках (около 8%).

Во время войны большая часть московских автобусов была мобилизована, а оставшиеся машины переведены на газогенераторное питание. Интересно, что после победы в ВОВ не произошло значительного пополнения столичного автобусного парка трофейными автобусами, хотя отдельные экземпляры немецких автобусов проработали до 1960-х гг.

Активное развитие автобусного сообщения в Москве произошло в 1950–60-е гг. в связи с резким увеличением ее площади и строительством новых жилых районов. Если в 1950 г. имелось 50 маршрутов (24 городских и 26 пригородных), то к 1960 г. их стало 154 (88 и 66 соответственно), а в 1970 г. — уже 256 (226 и 30). Поначалу маршрутная сеть имела в основном радиальный характер (по главным магистралям), но постепенно сформировались и хордовые линии, особенно к станциям метро. В некоторых окраинных районах автобус надолго стал единственным видом общественного транспорта.

С конца 1960-х в дополнение к автобусам ЗИЛ и ЛиАЗ в автобусные парки начали поступать массовые партии венгерских сочлененных автобусов Ikarus, использовавшихся на линиях с большим пассажиропотоком. С середины 1970-х основной объем пассажироперевозок стал приходиться именно на автобусы марки Ikarus.

С конца 1990-х годов уверенную конкуренцию автобусам (как и другим видам наземного общественного транспорта) стали создавать маршрутки.

Материал подготовлен на основании материалов, предоставленных Отделом по связям с общественностью Музея Москвы.

Московские вокзалы

Из всех московских вокзалов Белорусский переименовывался чаще всего. Открытый в 1870 г., до 1871 г. он назывался Смоленским, затем до 1912 г. — Брестским, до 1917 г. — Александровским, до 1922 г. — вновь Брестским, до 1936 г. — Белорусско-Балтийским. Ленинградский вокзал действует с 1851 г. До 1855 г. он носил название Петербургский вокзал. Затем до 1924 г. — Николаевский, в 1924–1937 гг. — Октябрьский и с 1937 г. — Ленинградский. Ярославский вокзал работает с 1862 г. До 1870 г. он был Троицким вокзалом, до 1922 г. — Ярославским, до 1955 г. — Северным. Казанский вокзал действует с 1862 г. До 1894 г. имел название Рязанский вокзал. Курский вокзал действует с 1896 г. Первое время имел название Курско-Нижегородский вокзал. Павелецкий вокзал действует с 1900 г. (до 1910 г. назывался Павелецкий, до 1941 г. — Саратовский). Рижский вокзал действует с 1901 г. (до 1930 г. — Виндавский вокзал, до 1942 г. — Балтийский, до 1946 г. — Ржевский). Савеловский вокзал открыт в марте 1902 г. До 1912 г. — Бутырский вокзал. Самый молодой в столице — Киевский вокзал (до 1934 г. — Брянский), он начал работать в 1918 г.



ЦЕНА ИМЕНИ

Есть компании, названия которых знают все, даже если и не пробовали их продукцию: «Кока-Кола», «Адидас», «Сони»... Да мало ли еще! Есть и другие, названия которых мало известны широкой публике, но продукцией которых пользовался почти каждый. К таким относится компания «Джонсон и Джонсон».

Бактерицидные пластыри, молочко и присыпки для ухода за ребенком, стерильные бинты и вата, средства женской гигиены, зубная нить — эту продукцию сегодня можно встретить

в середине XIX в. работы Луи Пастера, открывшего, что в воздухе имеются некие микроорганизмы, вызывающие гниение, были хорошо известны в научных кругах, в том числе и в Англии.

Средства по уходу за телом, лекарства и медицинское оборудование американской компании Johnson & Johnson продаются почти в 200 странах мира, то есть практически везде



повсюду, в каждом магазине, торговцем подобными товарами. Все это было впервые разработано и предложено публике американской компанией Johnson & Johnson.

Эти вредные бактерии

О том, что надо как можно чаще мыть руки, особенно перед едой или придя с улицы, потому что на них много вредных бактерий, знает даже ребенок. Но так было далеко не всегда. Представить себе хирурга, который оперирует в уличной одежде, грязных ботинках и без перчаток вообще невозможно. А ведь еще каких-нибудь 150–200 лет назад это было обычным делом.

Однако ученые полагали, что его исследования могут интересовать только химиков, но никак не медиков. Первым, кому пришло в голову, что причиной большинства смертей от инфекции после операций являются бактерии, находящиеся в воздухе операционной, на руках и инструментах хирурга, был английский врач и хирург Джозеф Листер. В 1867 г. он опубликовал свои открытия в статье. Большинство врачей, правда, пропустили открытие Листера мимо ушей и продолжали оперировать без перчаток и в уличной одежде.

К словам Листера прислушался некто Роберт Вуд Джонсон, в 1876 г. присут-

ствовавший на лекции английского хирурга, а до того читавший его работы. Он загорелся идеей производства стерильных инструментов.

Роберт Вуд Джонсон родился в 1845 г. в семье Сильвестра Джонсона и Френсис Луизы Вуд в городке Карбондейл в Пенсильвании, США. В 1861 г. юношу устроили учеником аптекаря к его дядюшке Джеймсу Вуду. Это был способ уберечь молодого человека от отправки в армию во время Гражданской войны. В аптеке Wood & Tittmer Роберт проработал недолго, но этот опыт определил всю его дальнейшую жизнь и карьеру.

Покинув аптеку дяди Роберт Вуд некоторое время работал в Нью-Йорке, а затем вместе с партнером Джорджем Сибури основал собственный бизнес под названием Johnson & Seabury. Молодые люди интересовались открытиями Листера и пытались производить стерильную продукцию для операционных. Дело шло, и к 1878 г. компания зарабатывала до 10 тыс. долл. в месяц. Однако посыпавшиеся на них деньги рассорили партнеров: они не могли прийти к согласию, как делить прибыль. Кроме того, Сибури возражал против того, чтобы в компании работал брат Роберта, Джеймс Вуд. В 1880 г. Роберт продал свои акции Джорджу Сибури и согласился некоторое время не заниматься медицинским бизнесом.

Братья Джонсоны

В 1886 г. Роберт Вуд вместе со своими братьями Джеймсом Вудом и Эдвардом Мидом основали в г. Нью-Брансуик, штат Нью-Джерси, компанию Johnson & Johnson (J&J), которой суждено было стать крупнейшей в мире корпорацией по производству медицинского оборудования и товаров медицинского назначения. Штаб-квартира компании по сей день находится в Нью-Брансуике.

Поначалу братья начали разрабатывать новый вид перевязочного материала, который был бы стерилен, удобен, готов к использованию без риска инфекционного заражения больного.

Первой их продукцией стали повязки (пластыри), на поверхность которых были нанесены лекарства, смешанные

с клейким веществом. Далее была создана мягкая, впитывающая влагу гигроскопичная ватно-марлевая повязка. Простая технология давала возможность наладить массовое производство этого перевязочного материала, чтобы обеспечить им все больницы и аптеки. Хирурги и врачи начали все охотнее пользоваться медицинскими халатами от J&J.

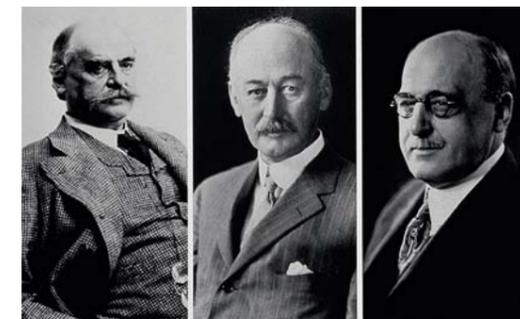
Вопросы антисептики и обеспечения стерильности хирургических процедур оставались в центре внимания братьев. В 1888 г. компания опубликовала книгу «Современные методы антисептической обработки ран». На долгие годы эта книга стала учебником антисептической хирургии. В этом же году появляется и первая в мире аптечка первой помощи.

Поначалу она предназначалась для оказания первой помощи железнодорожным рабочим, но вскоре получила самое широкое распространение для оказания первой помощи при любых ранениях. Сегодня аптечка первой помощи от J&J — неперенный атрибут в любой американской семье.

В Нью-Брансуике, где работали братья, держал аптеку некто Фредерик Килмер. Роберт Джонсон познакомился с ним в 1887 г., это знакомство переросло в дружбу и деловое партнерство на всю жизнь.

В 1890 г. коллега Килмера попросил его совета по поводу того, как лечить раздражение на коже у одного из своих клиентов после применения пластыря. Фред Килмер послал тому маленькую жестянку с итальянским тальком. Лечение оказалось успешным, раздражение прошло, а тальк с тех пор стал прилагаться к упаковкам с пластырями.

Успокаивающий кожу тальк приобрел настолько большую популярность, что стал продаваться отдельно в качестве детской присыпки под маркой Johnson's Baby Powder. Так родилось новое направление деятельности компании — товары для детей. К этому времени Килмер уже работал в Johnson & Johnson. Он сохранял должность научного директора фирмы в течение 45 лет. Компания обязана ему появлением многих инновационных для того времени продуктов.



Компания Johnson & Johnson работает по трем основным направлениям: потребительские товары для защиты здоровья, продукция для больниц (медицинские изделия и оборудование), фармацевтическая продукция. На корпорацию во всем мире работают 127 тыс. человек. 275 ее дочерних компаний и представительств действуют в 60 странах, 55% продаж осуществляется за пределами США. Это одна из всего лишь 4 американских промышленных корпораций, которая стабильно имеет кредитный рейтинг AAA как у Standard & Poor's, так и у Moody's. В 2013 г. оборот компании составил 71,3 млрд долл., доход — 13,8 млрд долл. В научные исследования и разработки было вложено 8,2 млрд долл.



Джозеф ЛИСТЕР (1827–1912гг.) — крупнейший английский хирург и создатель хирургической антисептики. Основываясь на работах Пастера, он выявил, что причиной большинства постоперационных инфекционных заболеваний являются бактерии, находящиеся в воздухе, на одежде и руках хирургов.

Достойные наследники

В 1910 г. Роберт Вуд Джонсон умер, оставив наследникам процветающую компанию. Руководство взял на себя его брат Джеймс, возглавивший компанию до 1932 г. Именно при нем началось завоевание мира. В 1919 г. был открыт первый заграничный филиал — в Канаде.

В 1923 г. сыновья Роберта Вуда отправились в кругосветное путешествие, откуда вернулись с твердым убеждением, что Канада не единственная страна, где надо открывать свои отделения; отцовской фирме пора пересекать океан. В 1924 г. филиал J&J появляется в Великобритании, а в 1931-м — в Австралии. Со временем дочерние компании были открыты в 60 странах мира.

В 1920-е годы компания продолжает выпускать на рынок все новые и новые продукты — именно тогда появился на свет столь популярный бактерицидный пластырь Band-Aid. Эта был первый продукт фирмы для розничной продажи, который потребитель мог применять самостоятельно.

Роберт Вуд Джонсон-младший, сын основателя компании, возглавил семейное дело в 1932 г. в возрасте 39 лет и руководил ею до 1968 г. Он принес с собой новый подход и новую философию бизнеса, заключавшуюся в децентрализации и в большей самостоятельности разных направлений бизнеса.

Доход компании J&J растет непрерывно 31 год подряд, а дивиденды — 53 года подряд

В 1950-е годы компания диверсифицирует свой бизнес, выходит на новые рынки, выпускает новые продукты и расширяется за счет покупки новых компаний. Одним из первых приобретений стала компания McNeil Laboratories Inc., которая вывела на рынок популярное болеутоляющее и жаропонижающее средство Tylenol. Именно с этим средством связана самая драматическая страница в истории компании.

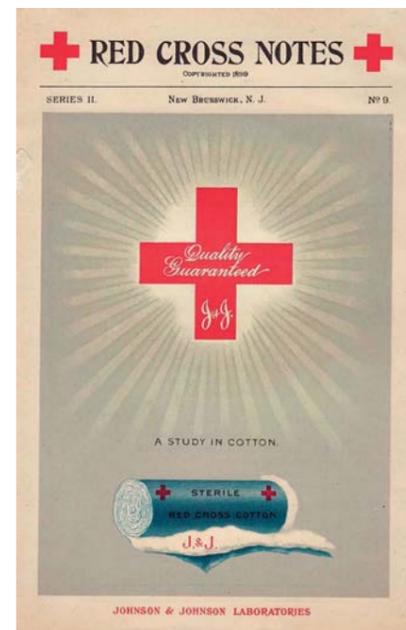
Нераскрытое преступление

Название лекарства «Тайленол» знакомо не только американцам, но, как ни странно, и нашим людям старшего поколения, хотя это лекарство у нас никогда не продавалось. Отравление «Тайленолом» широко и не без злорадства освещалось советским телевидением и прессой в популярной тогда рубрике «Их нравы». Эта история, однако, вопреки ожиданиям советских комментаторов, не стала началом краха крупной и известной компании. Она стала историей о том, как по-настоящему ответственная корпорация в период тяжелейшего кризиса стала сильнее и завоевала еще больше уважения в обществе. Об этом, правда, в советской прессе уже не писали.

В сентябре 1982 г. стали поступать сообщения о тяжелых отравлениях людей, принимавших «Тайленол». Семеро скончались. В препарате был обнаружен цианид. Аналитики считали, что и смерть самой Johnson & Johnson не за горами. В 1982 г. на долю «Тайленола» приходилось 35% рынка анальгетиков США, он приносил компании до 1 млрд долл. дохода.

Руководство компании не стало вести длительные дискуссии о финансовых потерях, а сразу же начало действовать в интересах клиентов. Весь имевшийся на то время запас «Тайленола» на общую сумму 100 млн долл. был изъят из аптек. Потребителям, у которых дома хранилось это лекарство, было бесплатно предоставлен другой препарат с аналогичными свойствами. Был предпринят и ряд других срочных мер.

Высшее руководство Johnson & Johnson присутствовало на похоронах погибших, которые транслировались на всю страну в прямом эфире.



Компания начала тесно сотрудничать с полицией и ФБР, предоставив всю необходимую информацию. Было доказано, что ни один из сотрудников J&J не причастен к преступлению. Оно не раскрыто и по сей день, отравитель не найден. Но Johnson & Johnson удалось вернуть себе доброе имя и вновь вывести «Тайленол» на рынок, вернув ему утраченные позиции. По некоторым подсчетам, J&J потратила на спасение бренда около 170 млн долл.

В 1999 г., по данным опросов общественного мнения, компания J&J заняла первое место в списке корпораций, имеющих наиболее высокую репутацию среди населения США.

Полная открытость компании, предоставление любой информации для СМИ и нужд расследования сделали трагедию самым упоминаемым событием в истории США после убийства президента Кеннеди.

Их кредо

В 1943 г., незадолго до того, как компания разместила свои акции на фондовой бирже и стала публичной, Роберт Вуд Джонсон создал довольно пространное произведение, которое назвал «Наше кредо». Это произошло задолго до того, как возник ныне модный термин «социальная ответственность бизнеса». Однако именно об этом и шла речь в документе, который до сих пор является основой деятельности компании. В нем он излагал свой взгляд на ведение бизнеса и моральную ответственность бизнесмена. Там говорилось о том, что компания в пер-



Наиболее известная продукция Johnson & Johnson: линзы Acuvue, пластырь Band-Aid, женские прокладки Carefree и о.б., лосьоны Clean and Clear, средства ухода за детьми Johnson's Baby, сироп от кашля Doctor Mom, лекарства «Имодиум», «Неоспорин», «Никодерм», глюкометры One Touch и многое другое.



вую очередь несет ответственность перед своими клиентами за продукты и услуги, которые производит, во вторую — перед своими сотрудниками, затем — перед обществом и окружающей средой, и лишь на четвертом месте — ответственность перед акционерами. Джонсон верил в то, что если компания выполняет три первых условия, то бизнес будет процветать, а акционеры будут довольны. Жизнь подтвердила его правоту не только в истории с «Тайленолом». «Наше кредо», — говорится на сайте компании Johnson & Johnson, — это не просто моральный компас. Мы верим, что это рецепт успеха в бизнесе. Тот факт, что компания Johnson & Johnson — одна из немногих, которая продолжает процветать после более века существования, подтверждает это».

Ирина МУРАВЬЕВА



ОТ МАДРИДА ДО ЧИКАГО

Всемирная выставка в Мадриде в 1892 г. отличалась от всех предыдущих, да и большинства последующих тем, что на ней не предполагалось демонстрировать экономические, научно-технические и культурные достижения стран-участниц.

Мадридская экспозиция изначально задумывалась организаторами как историческая и этнографическая, посвященная 400-летию открытия Америки Колумбом. Замысел оказался не очень удачным, а сама выставка не столь масштабной, как могла бы быть. Уже через год, в 1893 г., ее затмила грандиозная Всемирная Колумбова выставка в Чикаго, ставшая одним

из главных событий празднования 400-летнего юбилея открытия Нового Света (см. БИВ №3, 2009 г.).

Организаторы мадридской выставки преднамеренно ушли от промышленной и технической тематики, чтобы не повторять содержание экспозиции, прошедшей всего четыре года ранее в Барселоне (см. БИВ №3, 2014 г.). Исторический и этнографический характер мероприятия определил принцип формирования экспозиции, которая была сосредоточена вокруг испаноязычных стран Латинской Америки. К тому же испанцы хотели подчеркнуть именно свои заслуги в открытии континента.

Первый декрет о праздновании 400-летия экспедиции Колумба был издан испанским правительством еще 28 февраля 1888 г. Но созданная тогда специальная комиссия три года ничего не делала для подготовки юбилейных мероприятий. Новый декрет был подписан 9 января 1891 г. В соответствии с ним реально началась активная подготовка к юбилею в 1892 г., а главное событие назвали Выставкой истории освоения Америки (Historic-American Exposition).

Испания в первую очередь предложила участвовать в экспозиции латиноамериканским странам — бывшим

своим колониям. Приглашение приняли Мексика, Доминиканская Республика, Гватемала, Никарагуа, Коста-Рика, Колумбия, Эквадор, Перу, Боливия, Уругвай, Аргентина и Куба (тогда еще остававшаяся испанской колонией). Соединенные Штаты также согласились участвовать в выставке, хотя их решение явно было связано с предстоящей в 1893 г. Всемирной выставкой в Чикаго. Из европейских стран приглашение приняли Португалия, Германия, Дания, а также Швеция и Норвегия, бывшие тогда единым государством. Обращало на себя внимание отсутствие среди участников Великобритании, Франции и Нидерландов, имевших в то время колонии на американском континенте, а также Бразилии и Канады.

Экспозиция расположилась в недавно выстроенном Дворце библиотеки и национальных музеев на площади 5 тыс. кв. м. Больше всего места занимали экспонаты из Соединенных Штатов и Мексики, которые были представлены соответственно в шести и четырех залах. Экспонаты Испании, Португалии и Коста-Рики занимали по два зала. Остальные участники имели по одному залу или делили одно помещение на два-три.

Тематически экспонаты были разделены на три группы по периодам: доколумбовый (до 1492 г.), колумбовый (активное освоение Испании) и послеколумбовый (освоение континента другими европейскими народами). Эта периодизация подчеркивала преобладающую роль Испании в освоении Нового Света после открытия его Христофором Колумбом. После 1620 г. прибытие в Северную Америку на корабле «Мэйфлауер» первых поселенцев из других стран Европы положило начало этапу активного освоения северной части континента.

В каждой из групп организаторы выделили еще по 12 разделов. Однако строгой систематизации экспонатов не было, поскольку организацией каждой экспозиции занимались сами страны. Общее число экспонатов на выставке составило от 200 тыс. до 250 тыс. единиц.

Испания как организатор подготовила каталог выставки, состоявший из



Среди экспонатов выставки в Мадриде выделялся макет судна викингов, сделанный в четверть натуральной величины и представленный Норвегией, которая хотела продемонстрировать, что предки норвежцев пересекли Атлантику еще до Колумба

14 томов, в котором описывались все представленные странами предметы.

Мадридская выставка 1892 г. изначально задумывалась организаторами как чисто историческая, посвященная 400-летию открытия Америки Колумбом

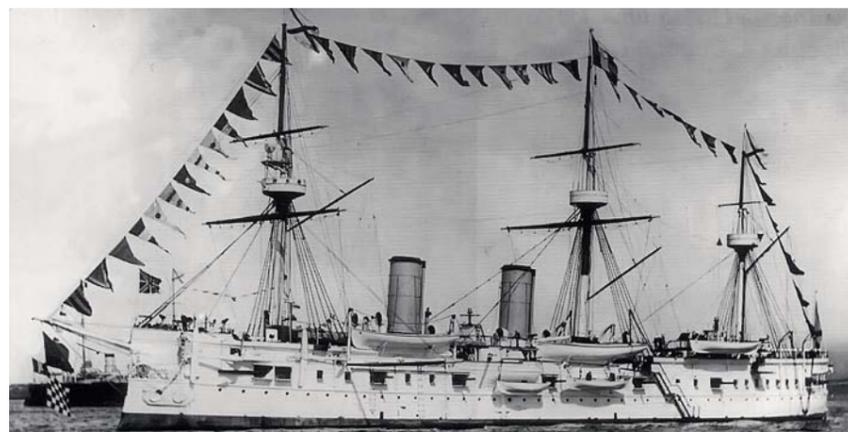
В их числе были архивные документы, археологические находки, предметы антиквариата, труды научных исследований, антропологические описания, картины того времени, посуда, оружие и многое другое, относящееся к истории и освоению американского континента. Среди экспонатов выделялся макет судна викингов, сделанный в четверть натуральной величины и представленный Норвегией, которая хотела продемонстрировать, что предки норвежцев пересекли Атлантику еще до Колумба.

Вместе с тем многие участники выражали сожаление, что получили приглашение слишком поздно и им не хватило времени, чтобы подготовить достаточно проработанные и обширные экспозиции.

Выставка истории освоения Америки была открыта 30 октября 1892 г., хотя первоначально планировалось сделать это 12 сентября. Поэтому и продлилась она на месяц дольше, чем предполагалось — до 31 января 1893 г. Для повы-



Датой открытия Америки официально считается 12 октября 1492 г., когда корабли первой экспедиции Колумба увидели землю — острова Багамского архипелага. Колумб совершил всего 4 экспедиции, в ходе которых он посетил несколько островов в Карибском бассейне, Центральноамериканский перешеек, а также северное побережье Южной Америки.



Россия рассматривалась как полноправный участник торжеств, связанных с 400-летием открытия Америки, поскольку континент осваивался европейцами с двух сторон: с юга — испанцами, а с севера — российскими мореплавателями Берингом и Чириковым, правда, два с половиной столетия спустя. Военные корабли России участвовали в торжественных мероприятиях как в Испании в 1892 г., так и в США во время работы Колумбовой выставки в 1893 г. Тогда в порт Нью-Йорка прибыли крейсера «Дмитрий Донской», «Генерал-Адмирал» и «Рында».



В официальной инаугурации выставки в Мадриде приняли участие королева-регентша Испании Мария Кристина и король Португалии Карлуш I с королевой Амелией



Торжества по поводу 400-летия открытия Нового Света начались в Испании в августе 1892 г., когда отмечался день отплытия кораблей Колумба в экспедицию. На это празднество была приглашена и Россия, которой предлагалось прислать свои военные морские суда в порт Кадис на юго-западе Испании. Но приглашение пришло слишком поздно, и Россия не успела это сделать. Следующий этап празднеств совпал с открытием выставки истории Америки в Мадриде. Российское правительство направило в октябре 1892 г. в порт Кадис для участия в торжествах корабль «Память Азова», находившийся на тот момент в Средиземном море.

шения престижности и статуса данного мероприятия 11 ноября состоялась его официальная инаугурация с участием королевы-регентши Испании Марии Кристины и короля Португалии Карлуша I с супругой, королевой Амелией.

Одновременно с Выставкой истории освоения Америки на втором этаже дворца развернули экспозицию европейской истории Америки. Ее целью было показать преобладающее влияние испанской культуры на формирование новой американской цивилизации в течение последующих двух столетий после открытия континента. Здесь были представлены различные предметы быта и религиозного культа, оружие и книги, собрания частных коллекций. Испанская пресса рассматривала обе экспозиции как единое мероприятие, посвященное 400-летию юбилею открытия Нового Света.

Несмотря на все усилия испанцев, многие европейские страны проигнорировали выставку в Мадриде, рассматривая ее в большей степени как событие национального значения, организованное стареющей испанской империей. Мероприятие не стало столь масштабным и значимым, как того хо-

телись организаторам, по целому ряду причин. Сказались противоречия между испанским правительством и администрацией города Мадрида по поводу того, как построить экспозицию. Не удалось заинтересовать в участии в выставке провинции страны, которые не проявили особого энтузиазма в отношении мадридского мероприятия. Состав участников мог бы быть больше, если бы не существовавшие в то время конфронтация и экономические разногласия между Испанией и Францией.

Экспозиция пострадала и от того, что уже было объявлено о проведении более масштабной Всемирной Колумбовой выставки в Чикаго, и многие страны предпочли участие в ней. Однако некоторые участники представили свои экспонаты на обеих выставках.

Тем не менее с научной и исторической точки зрения выставка оказалась бесполезной. В результате ее проведения Испания приобрела некоторые интересные археологические и этнографические коллекции, относящиеся к культуре Западного полушария. Эти коллекции стали основой современных исторических музейных экспозиций.

Борис ПАВЛОВ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ВЫСТАВОЧНОМ ДЕЛЕ

Характерной особенностью современного предпринимательства является динамика и острота бизнес-процессов. Во многих направлениях деловой активности сегодня налицо ужесточение конкуренции, ускорение изменений и нарастание неопределенности перспектив. И выставочное дело не является исключением.

Рост и максимально достижимые показатели всякой выставки конечны

Рост предложения выставочных услуг и обострение конкуренции, расширяющаяся доступность новейших информационных технологий и появление новых маркетинговых возможностей, всё большая избирательность потребителей выставочных услуг и увеличивающаяся зависимость поставщиков от клиентов — эти и некоторые другие тенденции все сильнее усложняют выставочное предпринимательство.

Модели конкурентного поведения выставочных организаций

Каждая выставочная организация следует избранной ею модели конкурентного поведения. Причем выбор ограничен двумя предельными моделями, суть которых можно описать следующим образом.

1. Нацеленная на соперничество выставочная организация позиционируется, исходя из предполагаемых действий конкурентов. Она постоянно сконцентрирована на возможных конкурентных угрозах со стороны соперников, отслеживает их слабости и полностью мобилизуется на борьбу с ними. При этом такая выставочная организация ставит свои действия в сильную за-

висимость от поведения конкурентов и рискует недоучесть запросы клиентов.

2. Выставочная организация ставит во главу угла запросы и интересы экспонентов. Она чрезмерно сосредоточена на работе с клиентами и упускает из вида действия конкурентов.

На практике принимают нечто среднее и реализуют комбинацию этих моделей: ищут слабые места в бизнесе конкурентов и атакуют их, отдавая предпочтение интересам экспонентов.

Конкурентная стратегия экспобизнеса — это генеральная линия поведения выставочной организации, направленная на достижение поставленных целей в конкурентной борьбе. Выделим четыре конкурентные стратегии экспобизнеса.

1. Виолентная (силовая) стратегия присуща крупным международным выставочным организациям, занимающимся «тиражированием» выставочных услуг. Такие организации вооружены рациональной технологией осуществления крупных выставочных проектов, располагают значительными финансовыми средствами, владеют сетью иностранных представительств, имеют возможность организовать эффективную рекламную кампанию по всему миру.



2. Пациентная (нишевая) стратегия. Ее используют национальные выставочные организации, вставшие на путь узкой специализации и занимающие определенную тематическую нишу на выставочном рынке. Данная стратегия



Запуск новых проектов позволяет компенсировать сокращение доходов от выставок, приходящих в упадок

предусматривает оказание выставочных услуг узкому целевому сегменту потребителей, для которых эти услуги являются жизненно важными.

3. Коммутантная (соединяющая) стратегия характерна для локального выставочного бизнеса, поскольку региональные организаторы выставок обладают лучшей адаптацией к удовлетворению конкретных потребностей местных экспонентов.

4. Эксплерентная (пионерная) стратегия связана с созданием новых или радикальным преобразованием существующих экспопроектов и выставочных услуг.

Выбор стратегии во многом определяется производственно-сбытовыми возможностями и технологическим потенциалом выставочной организации.

Виды реакций экспобизнеса на конкурентные атаки. По ответной реакции на конкурентное воздействие выставочные организации подпадают под одно из четырех определений:



Выставочные организации ищут слабые места в бизнесе конкурентов и атакуют их, отдавая предпочтение интересам экспонентов

инертный конкурент — реагирует с запозданием (или вообще не реагирует) на предпринимаемые соперником ходы;

избирательный конкурент — отражает только атаки определенного типа; жесткий конкурент — незамедлительно отвечает на любые выпады соперника;

непредсказуемый конкурент — не имеет определенной модели поведения, его реакцию невозможно предугадать.

Конкурентные цели выставочного бизнеса формируются под влиянием разнообразных факторов и обстоятельств: финансовых возможностей и

размеров выставочной организации, ее предистории и традиций, квалификации персонала и менеджмента. Целей может быть несколько.

1. Краткосрочная максимизация прибыли. При этой цели делается упор на краткосрочные прибыли, а долгосрочные перспективы развития выставочного бизнеса уходят на второй план.

2. Максимальное увеличение масштабов экспомероприятия. Для достижения этой цели устанавливается предельно низкая цена на выставочные услуги.

3. Лидерство в престижности выставки и уровне выставочных услуг. Организация, которой удается закрепить за своей выставкой репутацию лидера, устанавливает высокую цену участия, чтобы покрыть высокие издержки, связанные с обеспечением повышенного качества.

На практике ни одна из вышеуказанных идеализированных целей в чистом виде не может быть достигнута. Экспобизнес стремится к их разумному сочетанию, подбирая оптимальные комбинации.

Стратегические аспекты конкурентоспособного экспобизнеса

Можно выделить три основные конкурентные стратегии выставочного предпринимательства.

Первая стратегия — это лидерство в минимизации издержек оказания выставочных услуг. Следуя этой стратегии, выставочная организация может добиться завоевания существенной доли рынка экспоуслуг.

Вторая конкурентная стратегия основана на оказании выставочных услуг наивысшего качества, востребованных достаточно большой группой экспонентов, несмотря на их высокую стоимость. Выставочные организации, реализующие эту стратегию, должны обладать необходимым потенциалом для производства экспоуслуг надлежащего уровня.

Еще одна конкурентная стратегия состоит в фокусировании усилий на удовлетворении потребности узких групп экспонентов в специфических выставочных услугах. Параллельно выставочная организация может снижать

издержки либо заниматься повышением качества выставочных услуг, то есть эта стратегия может совмещаться с двумя описанными выше стратегическими подходами.



Специализация, диверсификация и интеграция

Обоснованием целесообразности специализации бизнеса в направлении выставочно-ярмарочной деятельности служит стремление к увеличению объема однородных рабочих операций, при котором растет производительность труда, происходит сокращение издержек и на базе накопленного уникального профессионального опыта формируется главная компетенция, определяющая конкурентоспособность. Специализированные организации оказывают выставочные услуги более квалифицированно, нежели предприятия, для которых выставочно-ярмарочная деятельность является побочной.

С другой стороны, диверсификация бизнеса выставочной организации уменьшает коммерческий риск от неблагоприятной рыночной конъюнктуры. Для того чтобы смягчить негативные последствия разного рода кризисных явлений и гарантированно сохраниться, выставочной организации нужны дополнительные направления деловой активности, которые можно при необходимости быстро расширить. Например, в случае снижения спроса на участие в выставках и ярмарках организация, имеющая в своем составе подразделение, занимающееся конгрессной деятельностью, может развить это направление, причем не с нуля.

Диверсификация выставочно-ярмарочной деятельности может достигаться путем приобретения уже существующих выставок и выставочных организаций или же путем создания новых экспомероприятий и новых выставочных структур.

В первом случае происходит интеграция экспобизнеса. Различают интеграцию вперед и интеграцию назад. Примером интеграции назад служит приобретение выставочной органи-

зации экспозиционным комплексом с целью обеспечения большей загруженности его площадей. Пример интеграции вперед — это вхождение регионального экспобизнеса в выставочный холдинг. В выставочном деле имеет место и горизонтальная интеграция — объединение экспобизнесов, занимающихся аналогичными проектами.

Диверсификация и портфельная стратегия экспобизнеса. Развитие любого выставочного проекта всегда имеет определенный предел, обусловленный объективными ограничениями, связанными с размером отрасли экономики, которой он адресован. Рост и максимально достижимые показатели всякой выставки конечны.

Каждый выставочный проект проходит характерные фазы жизненного цикла: заход на рынок, рост, зрелость и упадок. На стадии роста организатор стремится максимально увеличить продажи выставочных площадей и услуг, а также по возможности снизить издержки за счет расширения экспозиции. Когда выставка достигает пика зрелости, возможны три бизнес-сценария.

1. Дальнейшее развитие выставки, когда организатор продолжает наращивать экспозицию, приближая ее показатели к предельно возможным.

2. Разделение или укрупнение. Если в рамках выставки вызревает несколько тематически независимых экспозиций, которые обещают стать обо-



собленными мероприятиями, чтобы развиваться дальше самостоятельно, целесообразно дробление выставки на отдельные проекты. В определенных условиях слияние и поглощение выставок может создать хорошие перспективы для дополнительного роста объединенной экспозиции.

3. Продажа мероприятия в момент его пикового развития.

Однако при любом варианте действий в долгосрочной перспективе у экспобизнеса нет другой альтернативы для сохранения прежнего уровня прибыли кроме диверсификации портфеля выставок. Своевременный запуск новых проектов позволяет компенсировать сокращение поступлений от выходящих на этап упадка выставок.

По материалам книги Кирилла СИМОНОВА «Современный экспобизнес. Условия предпринимательства и управленческие технологии».



ОТЕЛЬ «РОСТИННЫЙ ДОМ»

Деловой подход и семейные ценности
Русское гостеприимство с европейским комфортом




Москва, ул. Василия Петушкова, 25
(495) 948-9810 / www.gdom.ru

10 мин до Крокус Экспо
30 мин до Шереметьево

реклама

НОВОСТИ

АУКЦИОНОВ

Лучшие лоты аукционов Christie's и Sotheby's «Искусство исламского Востока», осень 2015 г.

Латунная астрология

Прим. 1674–1675 гг., 329 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 150–250 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Астрология изготовил Мухаммед Али ибн Хасан Али. Один из придворных астрономов шахской династии Сефевидов, правившей с начала XIV в. районом Ардебиль Иранской провинции Азербайджана. Астрология изготовлена по византийскому (греческому) принципу и, помимо определения широты и долготы, настроена на ориентацию по шести известным на тот момент планетам.



Коран

Прим. вторая половина XIV в., 100 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 80–120 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Текст Корана выполнен куфическим (растянутым) каллиграфическим стилем, слова разделены золотым растительным орнаментом в красном и голубом цвете. Название сур выполнено стилем сулюс, с округлыми и переплетающимися формами букв, которые соединены с орнаментом внизу и вверху страницы. Сами листы подсвечены голубой и золотой обводкой.



Нагрудный панцирь

Прим. XVI–XVII вв., 221 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 180–220 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Османские доспехи состояли из зеркал — металлических пластин, которые соединялись между собой кольцами или ремнями. Этот панцирь имеет характерную для турецкого оружия того времени круглую форму в центральной части и изготовлен из меди, которая называлась томбак. Этот материал был слишком мягок для боевого оружия и применялся для изготовления церемониального или парадного оружия и доспехов.



Сферическая астрология

Прим. 1662–1663 гг., 722,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 100–150 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Астрология изготовил Мухаммед аль-Рудани — известный марокканский астроном в Медине. Астрология состоит из трех частей: глобус с обозначением широт и долгот; нижняя полусфера, куда вставляется глобус, с гравировкой и датой изготовления; верхняя полусфера с обозначением дуг небесных полусфер и азимутов, а также карта звездного неба на бумаге с обозначениями основных астрономических ориентиров.

Коран

Прим. конец XVIII в., 650,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 200–300 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Коран выполнен на бумаге цвета слоновой кости курсивным письмом насх. Книга принадлежала турецкому халифу Абдул-Азиз Кхану, который поручил скопировать для него этот экземпляр Корана известному каллиграфу Махмуду Джелаледину Эфенди. Затем Коран перешел в руки младшей дочери халифа Назиме Султан, побывав в коллекции короля Саудовской Аравии Абдул-Азиза ибн Сауда и у премьер-министра Ирана Рашида Али аль-Гайлани.



Нательная рубашка

1583 г., 185 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 60–80 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Такие рубашки были талисманами. Их надевали под доспехи во время битвы. Считалось, что она охраняет ее владельца от пуль и помогает исцелению от ран. На рубашке вышиты цитаты из Корана, в частности эпизод, когда пророк Юсуф (Иосиф) отдал свою рубашку отцу и она вернула ему зрение.





Чаша из позолоченного серебра

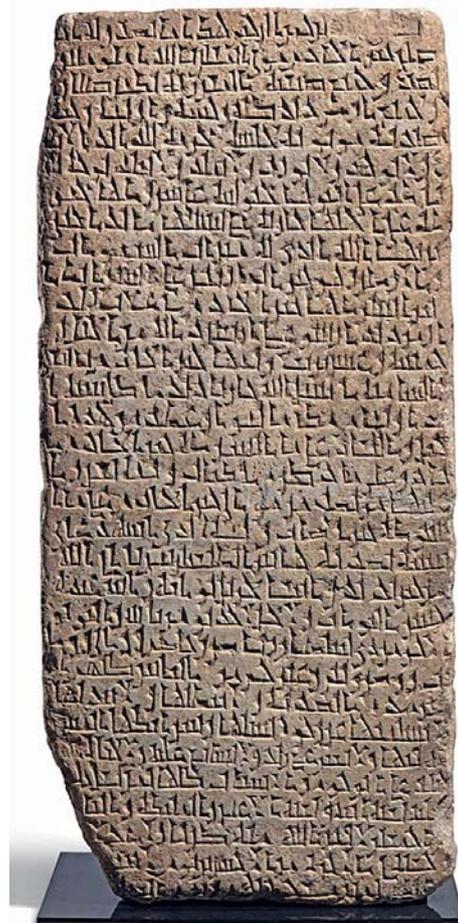
Прим. первая половина XVI в., 100 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 50–70 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Форма чаши и узоры указывают на ее персидское происхождение эпохи династии Тимурид — падишахов империи Великих Моголов. Узор чаши на дне выполнен из перегородчатой эмали. Она была популярна в Османской империи до начала торговли с Китаем и распространения китайского фарфора.

Стела с клинописным куфическим письмом

Прим. 880–900 гг., 80,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 70–100 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Стела представляет собой дарственную на поместье, написанную во время правления в Египте Аббасидского халифата. Надпись выполнена старым видом арабского письма — куфическим. Он появился в конце VIII в. после основания двух иракских городов: Басры и Эль-Куфа. Куфический стиль письма имеет очень четкие геометрические пропорции, где вертикальные линии слабо выражены, а буквы вытянуты по горизонтали.



Медный подсвечник с серебряной гравировкой

Прим. XIV в., 182,5 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 150–200 тыс. ф. ст.). Аукцион Christie's, Лондон.

Этот подсвечник — один из немногих сохранившихся экземпляров королевской металлическойковки времен династии Расулидов — султанов Йемена, правивших с 1229 по 1454 г. Скорее всего, он принадлежал султану Али аль-Муджахид Сайф ад-Дину и представляет сплав двух культур: искусства тюрков-мамлюков — прежнего населения Йемена — и арабов — завоевателей Аравийского полуострова.



Черепашковая шкатулка с вставками из перламутра и слоновой кости

Прим. 1640 г., 311 тыс. ф. ст. (первоначальная оценка — 70–100 тыс. ф. ст.). Аукцион Sotheby's, Лондон.

Такие шкатулки в основном изготавливались для хранения религиозных предметов, например Корана. Шкатулка изготовлена в Турции. На это указывают традиционные для османского искусства орнаментальные украшения: луна и звезда.



Свободная торговля на Тихом океане

«Блумберг», США

США, Япония и другие страны Тихоокеанского региона заключили соглашение о Транстихоокеанском партнерстве. Это один из самых амбициозных торговых пактов в истории. Когда он начнет действовать, уровень жизни во всем регионе и за его пределами существенно вырастет.

Bloomberg

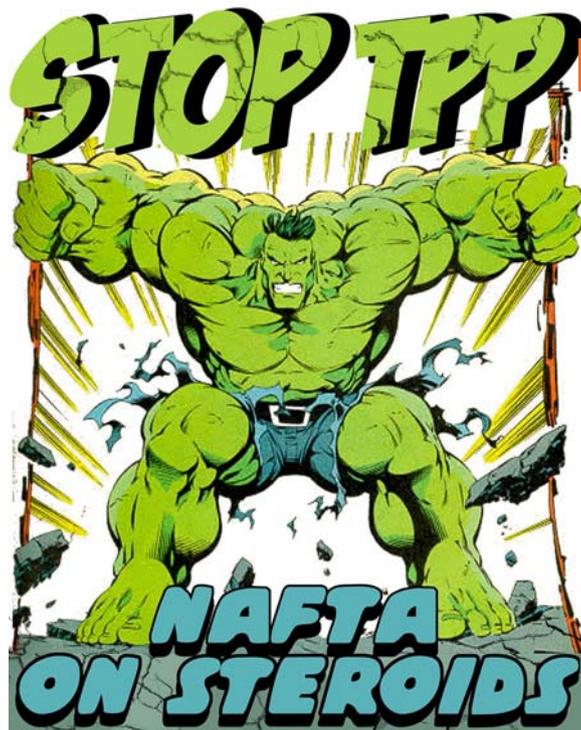
После пяти лет мучительных переговоров США, Япония и еще 10 стран Тихоокеанского региона заключили соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (ТТП), являющемся одним из самых амбициозных торговых пактов в истории. Но впечатлило это соглашение далеко не всех.

Кроме нескольких кандидатов в президенты от обеих партий, в ряды оппозиции входят многие члены конгресса и прочих законодательных органов, которые должны ратифицировать данный договор. Поэтому сейчас руководителям, столь настойчиво добивавшимся подписания этой сделки, придется не менее настойчиво убеждать свой электорат в ее необходимости.

Подписание и реализация ТТП станет колоссальной политической победой для президента Барака Обамы и его партнеров по переговорам. Когда договор начнет действовать, он существенно поднимет уровень жизни во всем регионе и за его пределами.

ТТП включает в себя множество таких традиционных мер по либерализации торговли, как снижение пошлин и прочих барьеров. Но оно также применяет эти меры к новым областям. Станет намного доступнее торговля в сельском хозяйстве и в сфере услуг. В новых правилах найдет признание цифровая экономика. Будет надежнее защищена интеллектуальная собственность. Будут урезаны ограничения в международных инвестициях. Строже станут трудовые и природоохранные нормы, но сделано это будет без дискриминации торговли.

По всем этим направлениям данное соглашение выходит далеко за рамки достижений предыдущих этапов либерализации мировой торговли. Стыдно, что такое далеко идущее соглашение не удалось реализовать для всей мировой экономики в целом, и что раунд переговоров ВТО в Дохе



ни к чему пока не привел. Хорошая же новость заключается в том, что ТТП можно расширять.

В настоящее время Китай не является членом ТТП, но в будущем он должен стать таковым. За пределами Тихоокеанского региона данная сделка может стать моделью для либерализации в других регионах. Не исключено, что со временем произойдет слияние ТТП с предлагаемым торговым пактом между США и ЕС.

Действительно ли все эти усилия по стимулированию торговли так хороши и полезны? Да. Больше торговли — значит больше конкуренции, больше конкуренции — значит выше производительность, лучше товары и ниже цены. Иными словами, выше уровень жизни людей. Несомненно, это во многом деструктивный процесс, и в выигрыше останутся не все. В этом отношении торговля сродни техническому прогрессу: она такая же трудная и такая же незаменимая.

Пока непонятно, каким именно образом в последние часы переговоров были разрешены оставшиеся разногласия. Пришлось идти на многочисленные компромиссы по таким вопросам, как масштабы нового механизма урегулирования споров, поскольку многие заявляли, что с таким механизмом компании смогут очень легко и просто уклоняться от соблюдения норм национального регулирования.

Оценивая это соглашение, законодатели должны признать, что все сделки такого рода требуют компромиссов. Им следует взглянуть на это шире. ТТП подстегнет рост мировой экономики примерно на 40%. Если США со своими 11 партнерами ищут пути противодействия усиливающемуся пессимизму по поводу экономических перспектив во всем мире, им следует как можно скорее приступить к реализации ТТП. ■

На очереди «реглобализация»?

«Фола», Бразилия

Транстихоокеанское партнерство вновь запускает процесс глобализации мировой торговли, прерванный кризисом 2008 г. Крупнейшая экономика Латинской Америки — Бразилия боится негативных для себя последствий от ТТП.

FOLHA DE S.PAULO

Соглашение, ставшее итогом переговоров по Транстихоокеанскому сотрудничеству (ТТП) и справедливо называемое крупнейшим в истории торговым договором, нанесло еще один тяжелый удар по предпринимаемым Бразилией попыткам включиться в международное партнерство. И не только из-за калибра стран — членом зарождающегося сотрудничества (в их числе США и Япония), их мультирегионального характера (Азия, Океания, Южная и Северная Америка) или огромного удельного веса (40% мирового ВВП).

ТТП — это гораздо больше, чем просто соглашение по торговле и инвестициям. Его последствия будут ощущаться в области интеллектуальной собственности, экологических стандартов, правил использования местных ресурсов, мотивации слияний и поглощений — всё это в динамике, «открытой» для новых членов (Колумбия и Южная Корея в ближайшее время должны присоединиться к партнерству).

В последние 13 лет, когда главной темой повестки дня была торговля, действия Бразилии осуществлялись главным образом на трех уровнях.

Мы наслаждались прожорливостью китайского спроса на сельскохозяйственное и минеральное сырье — в секторе, где у нас были сравнительные преимущества. Таким образом, лишь адаптируясь к раздражителям внешнего спроса, можно было расширить объем торговли, не отрывая пузо от прилавка.

Мы самым невинным образом выступали за многосторонние переговоры через ВТО, в которой видели не только эффективный инструмент проецирования собственных коммерческих целей, но и рупор «престижа» Бразилии. Речь идет не только о том, что в итоге ВТО оказывается малоэффективной для открытия рынков. Бразилия со своим многосторонним идеализмом потратила чрезвычайно много времени и политического капитала на то, чтобы бразилец был избран генеральным директором учреждения, который, следуя за институциональным нейтралитетом, мало что может сделать для интересов страны.

Поиск внешних рынков в Бразилии никогда не играл существенной роли. Правительство и бразильские компании всегда относились к коммерческому продвижению за рубежом как ко временной альтернативе в периоды спада на внутреннем рынке.

Появление ТТП, однако, свидетельствует о том, что этот набор вариантов, только укрепляющих

наш профиль в качестве экспортера сырьевых товаров, выставляет напоказ нашу по-детски простодушную позицию «примерного ребенка» в многосторонней торговле и поднимает на смех идеологическую приверженность МЕРКОСУР.

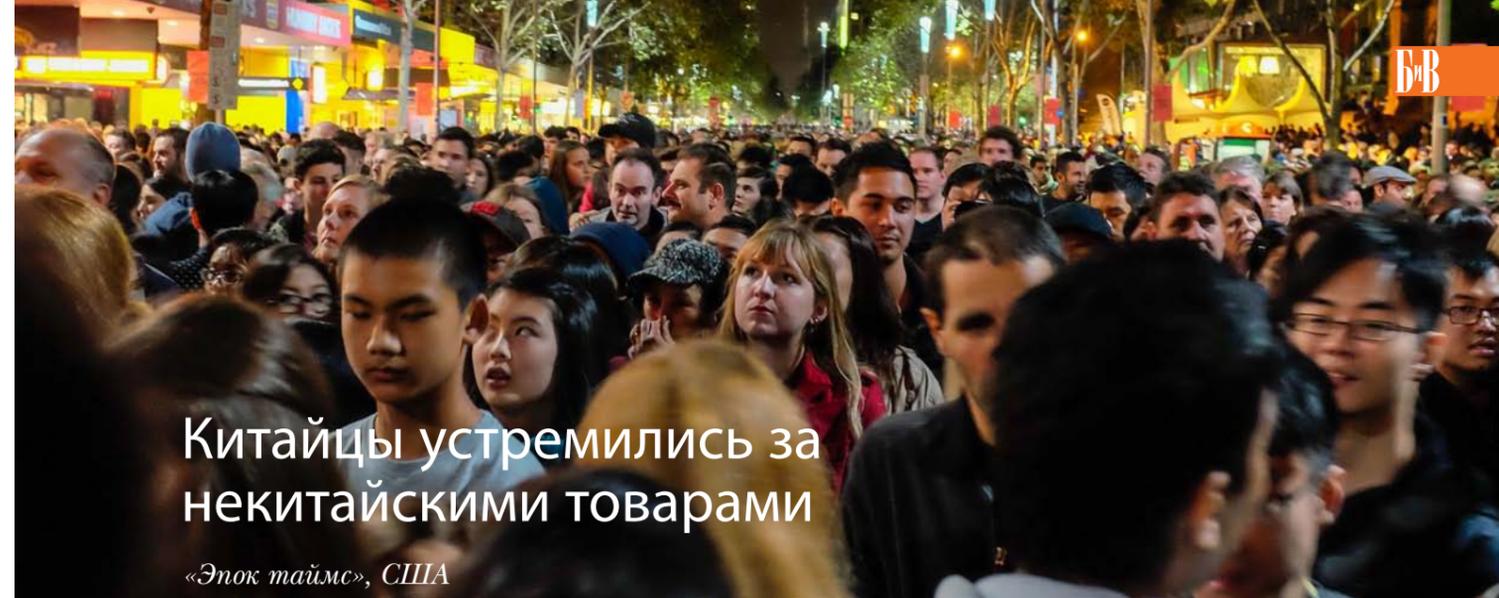
Эти неверные ставки показывают, что Бразилия поставила фишки на те этапы эволюции на международной арене, которые остались далеко позади. Приверженность ВТО отсылает ко временам «широкой глобализации», которая с завершением холодной войны в начале 90-х годов вселяла большой оптимизм относительно роли многосторонних учреждений.

Если новую структуру одобрит конгресс США, если она преодолит законодательные препятствия в остальных странах-партнерах, у ТТП будет все для того, чтобы увеличить средние мировые показатели торговли и объема инвестиций. В этом контексте у прямых иностранных инвестиций, идущих от ТТП или даже из других регионов планеты, будет меньше шансов течь по направлению к одиноким бизнес-волкам, таким как Бразилия.

Одни только латиноамериканские члены ТТП: Мексика, Перу и Чили (Колумбия вскоре официально присоединится к партнерству) — уже могут похвастаться совокупным ВВП, превышающим бразильский. Таким образом, ошибочно полагать, что с ТТП Бразилия теряет только рыночное пространство для экспорта сахара или курицы. ТТП является еще одним косвенным фактором, способствующим деиндустриализации Бразилии. Естественно, тенденция заключается в том, чтобы укрепить мировые сети оборота ценностями с помощью звеньев, географически расположенных в странах, связанных с ТТП. И потому мы являемся свидетелями текущей «реглобализации», которая крепнет благодаря ТТП.

В другом квадранте, безусловно, есть еще одна глобализирующая макросила, представленная активной деятельностью Китая и целого семейства новых инициатив, им возглавляемых, таких как Азиатский банк инфраструктурных инвестиций, Банк БРИКС и Фонд Шелкового пути.

Эта реглобализация, одним из основных столпов которой являются новые торговые и инвестиционные конфигурации, представляет собой сценарий, для которого у Бразилии, откровенно говоря, отсутствует какая-либо стратегия. ■



Китайцы устремились за не китайскими товарами

«Эпох таймс», США

Многие китайцы воспользовались длинными выходными по случаю празднования дня основания КНР и отправились за границу, чтобы купить качественные товары импортного производства.

Приоритетными направлениями для китайцев являются Европа, США, Япония, Южная Корея, Гонконг и Тайвань. Британские СМИ пишут, что туристы из КНР уже стали самой многочисленной группой покупателей в мире. По словам министра торговли КНР Гао Хучэна, в прошлом году китайские туристы потратили за границей больше 1 трлн юаней (160 млрд долл).

Японские газеты пишут о большом наплыве китайцев в Токио. Там их можно встретить практически во всех маленьких и больших магазинах, где они буквально сметают с полок все товары, начиная от продуктов и сидений для унитазов до косметики и электроники.

Житель Шанхая по фамилии Лю рассказал, что в этом году во время китайского Нового года они с семьей ездили в Японию. Он назвал четыре вида товаров, которые больше всего покупают китайцы в этой стране: термосы, керамические ножи, сиденья для унитазов и электрические кастрюли. По его словам, в Японии многие товары стоят примерно на треть дешевле, чем в Китае. Чем более высокотехнологичны товары, тем они дешевле. К тому же качество их значительно лучше.

Сотрудник одного из японских магазинов рассказал журналисту «Синьхуа»: «Когда приезжают китайские туристы с материка, они скупают все туалетные принадлежности на нашем складе». Китайский колумнист журнала Forbes Чжан Цзядунь указал на то, что китайские производители не в состоянии сократить разницу в качестве своих товаров с импортными аналогами, поэтому китайцы вынуждены покупать товары за границей, и это является «настоящей трагедией».

Дун Минчжу, президент крупной китайской компании GREE, а также депутат Всекитайского

собрания народных представителей, считает, что главная причина ажиотажа на импортные товары в том, что китайские предприятия потеряли доверие людей.

Плохой контроль качества со стороны государства, а также недобросовестность безудержно гонящихся за прибылью китайских производителей, привели к тому, что китайцы не доверяют товарам отечественного производства, особенно продуктам питания.

Многие хорошо помнят события 2008 г., когда крупные китайские молочные предприятия добавляли в детские молочные смеси химическое вещество меламин. В результате более чем у 300 тыс. детей в стране развилась почечнокаменная болезнь. Китайцы до сих пор ездят за молочными продуктами в Гонконг и в другие страны.

На крупнейшей торговой интернет-площадке Китая Таобао можно увидеть объявления о продаже японского риса с пометкой «Не загрязнено тяжелыми металлами в отличие от китайских продуктов».

Жители Гонконга и Японии называют китайских туристов «саранчой», так как они в основном приезжают ради шопинга.

В июле этого года японские СМИ широко сообщали о том, как 4 тыс. китайских туристов, приехавших на круизном лайнере, буквально за несколько часов опустошили все магазины небольшого японского поселка Хиэдзу. Покупали абсолютно всё, что было не китайского производства.

Информагентство «Синьхуа» на своей странице на сайте «Вэйбо» (китайский аналог «Твиттера») написало: «Возможно, в будущем появятся качественные продукты, произведенные в Китае, и тогда наш собственный средний класс перестанет ездить в другие страны, чтобы купить сиденье для унитаза». ■

Китай наводнил весь мир своими товарами — продовольственными и промышленными. Однако сами китайцы за покупками ездят в другие страны, где скупают всё: от детского питания до унитазов — лишь бы они были не китайского производства.



Китай и США — игра с нулевой суммой или взаимовыгодное сотрудничество?

«Жэньминь жибао», Китай

Торгово-экономическое сотрудничество Китая и США неуклонно расширяется, что несет выгоды обеим странам. Сильная китайская экономика является для США не угрозой, а благом, ее рост приведет к большему потреблению американских товаров и принесет США процветание.

Начиная с продвижения альтернативных источников энергии, развития четвертого поколения ядерной энергетики и заканчивая приобретением 300 самолетов «Боинг», открытием в Китае дополнительных заводов «Боинг», а также поощрением сотрудничества интернет-компаний и стимулированием инвестиций в США — соглашения, достигнутые сторонами во время визита председателя КНР Си Цзиньпина в США, стали свидетельством того, что уровень китайско-американского торгово-экономического сотрудничества повышается, и показали, что сильная китайская экономика является для США не угрозой, а благословением.

«Из-за разницы в этапах развития, экономики Китая и США отличаются очень сильной взаимодополняемостью, пространство для торгово-экономического сотрудничества двух стран широко, а возможности многочисленны», — сказал Си Цзиньпин на встрече китайских и американских предпринимателей в Сиэтле. Он заявил, что постоянно углубляющееся китайско-американское торгово-экономическое сотрудничество переживает модернизацию и распространяется на новые сферы.

В большом списке соглашений, подписанных в ходе визита Си Цзиньпина, особо успешным является то, которое ориентировано на сотрудничество в энергетической сфере. Две стороны подписали соглашение, нацеленное на продвижение экологически чистых источников энергии и касающееся климатических изменений.

Успехи в авиации и интернет-сфере также очень значительны. Наибольшее внимание привлекло заявление компании «Боинг» о получении заказов от китайских предприятий, сделанное во время визита Си Цзиньпина на завод.

На китайско-американском киберфоруме Китайская электронная научно-техническая корпорация (СЕТС) и другие компании также заключили соглашения о сотрудничестве.

Научный сотрудник Института международного торгово-экономического сотрудничества при Министерстве коммерции КНР Мэй Синьюй отметил, что сотрудничество Китая и США в интернет-сфере и энергетике представляет новую тенденцию взаимодополняемости экономик двух стран. Китайско-американское сотрудниче-

ство в интернет-сфере изначально было самым углубленным. Все крупные китайские интернет-компании вышли на рынок в США, к тому же Китай является крупнейшим в мире рынком электронной коммерции. Что касается кибербезопасности, то Китай, возможно, достигнет с США первого «договора о разоружении в киберпространстве», который будет иметь фундаментальное значение для всей индустрии.

По его словам, США в скором времени превратятся в чистого экспортера нефти и природного газа, в то время как Китай станет крупнейшим чистым импортером энергоресурсов. На этом фоне китайско-американское сотрудничество окажет огромное влияние на мировой энергетический рынок.

Ранее американский экономист и лауреат Нобелевской премии по экономике Джозеф Стиглиц в журнале Vanity Fair опубликовал статью под названием «Эра Китая», в которой указал на то, что рост китайской экономики является для США взаимодополняемым, а не взаимоисключающим. Он приведет к большему потреблению американских товаров и принесет США процветание.

Если говорить о торговле, то Китай и США уже стали вторыми по величине торговыми партнерами друг друга, при этом Китай является для США экспортным рынком, который растет самыми стремительными темпами. Согласно данным Национального совета по американо-китайской торговле, за минувшие 10 лет экспорт США в Китай вырос на 255%, среднегодовой прирост при этом составил 15,1%. 42 американских штата уже включили Китай в список своих трех главных экспортных рынков. Это свидетельствует о том, что китайский рынок играет все большую роль в содействии экономическому росту и созданию рабочих мест в США.

Что касается инвестиций, то инвестиционные отношения между Китаем и США трансформировались из существовавших ранее односторонних капиталовложений США в Китай в нынешние двусторонние капиталовложения. Китай уже стал для США одним из главных источников прямых инвестиций.

Согласно данным Министерства торговли США, в 2009–2013 гг. среднегодовой прирост

прямых инвестиций Китая в США составил около 41%. В настоящее время Китай и США проводят переговоры по соглашению о двусторонних инвестициях. В случае достижения договоренностей предприятия двух стран получат больше возможностей в области инвестиций. Эксперты двух стран также предложили Китаю и США изучить практическую осуществимость соглашения о двусторонней торговле, что свидетельствует о блестящей перспективе китайско-американского торгово-экономического сотрудничества.

Другим типичным примером высокой экономической взаимозависимости Китая и США служит тот факт, что Китай стал важной силой создания рабочих мест в США. Согласно докладу, обнародованному Национальным комитетом по американо-китайским отношениям и консалтинговой группой Rhodium, за минувшие 15 лет прямые инвестиции Китая в США составили 46 млрд долл. Китай создал в США более 80 тыс. рабочих мест. США являются третьим по значимости направлением прямых инвестиций Китая за рубежом. Прямые инвестиции Китая в США пока находятся на начальном этапе, но они, как ожидается, достигнут 100-200 млрд долл. к 2020 году.

В настоящее время США взяли на себя инициативу в проведении переговоров по Соглашению о Транстихоокеанском стратегическом экономическом партнерстве (ТТП), а Китай и страны АСЕАН содействуют переговорам по Соглашению о Региональном всеобъемлющем экономическом партнерстве (РСЕР).

Несмотря на различия в содержании соглашений, а также разногласий между участниками двух региональных торговых переговоров, все стороны преследуют общую цель — создать зону свободной торговли в АТР, которая в конечном счете приведет к торговой либерализации. Это означает, что Китай и США могут сотрудничать в поиске путей интеграции ТТП и РСЕР в рамках Азиатско-Тихоокеанской зоны свободной торговли во избежание противоречащих друг другу правил или фрагментации.

Китайский дипломат, автор рубрики в американской газете Huffington Post Ли Шэнцзяо отметил: «Экономические отношения между Китаем и США — это не игра с нулевой суммой, они характеризуются взаимной выгодой и обоюдным выигрышем». Он подчеркнул, что процветание Китая не нанесет ущерб американским интересам. «Наоборот, как и полагает сам президент Барак Обама, процветание Китая принесет пользу США и всему миру», — заключил он. ■

Четыреста богатейших



Русская служба «Голоса Америки», США

Американский журнал «Форбс» опубликовал свой ежегодный список 400 богатейших жителей США. Их суммарное состояние — 2,3 трлн долл. — превышает ВВП таких стран, как Италия или Индия.

Основатель и глава корпорации Microsoft Билл Гейтс вот уже 22-й год подряд возглавляет престижный список. Правда, на его инвестиционную долю в «Майкрософте» приходится всего 13% от личного капитала, составляющего сейчас 76 млрд долл.

У всемирно известного инвестора Уоррена Баффетта на целых 14 млрд меньше, но это не помешало ему закрепиться на второй строчке в списке «Форбс». Ну а замыкает первую тройку Ларри Эллисон. Президент компании «Оракл», выпускающей программное обеспечение, располагает финансовыми активами на сумму в 47,5 млрд долл.

Вообще, лидеры высокотехнологической индустрии с каждым годом поднимаются в американской «табели о рангах» всё выше. Впервые в первой десятке оказались основатели Amazon и Facebook. Джефф Безос, руководящий фирмой Amazon, занял четвертое место с 47 млрд долл. личного состояния. Глава компании Facebook Марк Цукерберг помещен в списке «Форбс» на седьмую строчку, с капиталом более чем в 40 млрд долл.

Интересно, что попасть в эту элитную компанию в нынешнем году оказалось тяжелее, чем во все предыдущие: даже аутсайдеры, замыкающие список, имеют на своих счетах не менее чем 1,7 млрд долл. Это на 150 млн больше, чем в прошлом году. Кстати, номер 121 не кто иной, как республиканский кандидат в президенты США — Дональд Трамп. Правда, 4,5 млрд долл., в которые «Форбс» оценил состояние Трампа, — это намного меньше, чем 10 млрд, на которые намекал в прессе сам кандидат. Еще 145 американских миллиардеров не попали в престижный список, если можно так выразиться, из-за «нехватки» денег. ■

Список богатейших людей Америки, публикуемый журналом «Форбс», всегда вызывает большой интерес не только из-за размера личных капиталов, но и потому что указывает, куда движется американское общество. Нынешний год явно указывает на рост влияния сферы высоких технологий.

Чай с печеньем: особенности британского офиса

«Би-Би-Си», Великобритания

Один из самых забавных ритуалов, с точки зрения иностранца, попавшего работать в офис британской фирмы, — это неперенный чай с печеньем. Но этим странности не ограничиваются.

В В С

Чилийский архитектор Камилла Рок говорит, что в лондонском архитектурном бюро, где она работает, каждый день в 16:30 звенит звонок, после чего вся работа останавливается и начинается перерыв на чай — каждую неделю его готовят разные отделы компании.

«Мне с самого начала сказали, что если я не наливаю в чашку молока, то это неправильный чай», — вспоминает она, добавляя, что каждый раз радуется этой возможности пообщаться с коллегами.

Дело нешуточное: британцы относятся к потреблению чая серьезно, и традиция чайного перерыва не имеет профессиональных и возрастных барьеров. Она довольно старомодна, но в наши дни переживает ренессанс. Исследование, проведенное производителем печенья Thomas J Fudges среди двух тысяч британских профессионалов, выявило, что четверть из них была бы более склонна заключить сделку по итогам переговоров, если бы на них угощали хорошим печеньем. Предпочтение отдавалось песочному печенью, двухслойному шоколадному с кремом и злаковым батончиком.

Джеймс Филд, старший преподаватель британской академии хороших манер Debrett's, говорит, что британцы считают своим долгом предложить клиенту чай, так как «приход в ваш офис может выбить посетителей из колеи. Они находятся вне своей привычной территории и могут чувствовать себя напряженно. Поэтому для того, чтобы пообщаться продуктивно, важно обслужить клиентов как следует».

Светская болтовня

Другие особенности британского офисного этикета могут показаться не столь очевидными.

Принято считать, что корпоративная культура более или менее универсальна во всем мире, но многие иностранцы замечают, что манера общения британцев часто отличается. Светский разговор перед деловой встречей, вне зависимости от важности запланированной к обсуждению темы — столь же типично британская вещь, как чай с печеньем.

По словам Филда, наиболее популярные темы для обсуждения — это погода, количество собравшихся и обмен впечатлениями о только что съеденном обеде. «На переговорах очень важны хорошие манеры, — также отмечает Филд. — Перейдя от светской беседы к делу, мы по-прежнему подсознательно отмечаем, как кто на кого смотрит, как кто сидит в кресле, общается, передает стакан воды».

Пустая болтовня, однако, с трудом дается профессионалам из США, где прямота и способность сразу перейти к делу считаются положительными чертами руководителя — как при личной встрече, так и в удаленном общении.

Осложняет ситуацию тот факт, что слишком большая разговорчивость тоже может быть сочтена неприемлемой.

Когда Камилла Рок четыре года назад переехала в лондонский офис своей фирмы, она была потрясена тем, как в нем было тихо. Это было гигантское рабочее пространство — куда больше тех, в которых она работала в Чили — но при этом совершенно беззвучное. Когда же ее новые коллеги все-таки раскрывали рот, то казалось, что они делают это лишь затем, чтобы за что-то извиниться — за то, что они оставили недостаточно свободного места в очереди, или просто за то, что они собираются задать вопрос. «В чилийских офисах люди постоянно

валяют дурака, но в Британии все ведут себя очень-очень тихо и очень-очень вежливо», — говорит 32-летняя Рок.

Трудности перевода

Юрист Шон Фитцджеральд, который переехал в Лондон из Нью-Йорка, говорит, что знал одну американку, выполнявшую роль редактора для соотечественников, которые не могли разобраться в тонкостях британской деловой переписки: «Американцы посылали ей почитать черновики писем, и она заявляла: “Ну нет, это слишком прямо”. Или: “Это звучит чересчур агрессивно”».

По словам Фитцджеральда, в конфликтах на рабочем месте британцы чаще, чем американцы, маскируют агрессию невнимательным поведением. «Они делают очевидный упор на формальность, на излишнюю вежливость и — до какой-то степени — излишнюю почтительность, — поясняет 31-летний юрист. — Помню пару напряженных телефонных разговоров: мне было забавно слушать, как британцы спорили друг с другом максимально вежливо и корректно».

Если менеджер недоволен ходом работы над проектом, он не скажет, что ему что-то не нравится. Он скорее скажет: «Понимаю, что именно ты пытаешься сделать, но давай-ка обсудим, какие еще есть варианты».

Эми Питерсон, которая восемь лет назад переехала из Вашингтона в Лондон, говорит, что в целом культурный шок от перемещения на другую сторону Атлантики состоит в том, что «множество незначительных вещей, накладываясь друг на друга, оставляют общее чувство непривычности».

Работа и личная жизнь

Большинство иностранцев сходятся на том, что британцы отлично умеют отделять рабочие дела от частной жизни. В своей родной Турции Эркэн Атай обычно работал с 9 утра почти до 9 вечера.

Не то чтобы у него было больше дел, чем обычно бывает у офисных сотрудников: долгий рабочий день объяснялся почти исключительно социальными причинами. Бывали долгие обеды с коллегами, регулярно случались и продолжительные кофейные перерывы, скрашивавшие рабочую рутину.

Три года назад, когда 31-летний Атай переехал в Лондон, его ждал «очень большой сюрприз». Его коллеги по лондонской телекоммуникационной компании уходили с работы ровно в 5 вечера. «Я подумал: да тут все работают как роботы, едят завтрак и обед перед мониторами и общаются только на профессиональные темы», — вспоминает он.

Ему пришлось серьезно перестраиваться, отвыкая от стамбульского стиля работы, но он говорит, что высоко ценит баланс между делами и личной жизнью в Англии. Теперь ему нравится уходить из офиса в пять, не проверять по выходным рабочую почту и не слушать больше горячих дискуссий «средиземноморского формата» в совете директоров.

Атай все-таки скучает по приятельским отношениям в турецком офисе — а заодно говорит, что в британских помещениях так холодно, что ему круглый год приходится не снимать пиджак. Но, по его словам, он наконец начал входить в деловой британский ритм. ■



«Турецкий поток» и газовый спор

«Абертюрк», Турция

На события, которые происходят и в дальнейшем будут происходить в Сирии и во всем регионе, Турция смотрит сквозь призму российско-турецких газовых переговоров.

HABER TURK

При внимательном взгляде на то, как развивались турецко-российские отношения на протяжении последнего месяца, можно было предсказать, какая картина возникнет сегодня. Хотя все указывало на торг вокруг природного газа и споры о газопроводе, реальные факты таились в сирийско-российских отношениях.

События в регионе, проекты газопроводов, украинский кризис и невозможность протянуть «Турецкий поток» в Европу русские восприняли как шахматную игру в контексте экономических санкций Запада. О сегодняшнем характере отношений между двумя странами можно было судить по проекту нефтепровода Самсун — Джейхан, который остался в прошлом и не был реализован. Но думал ли кто-нибудь об этом?

Россия активно манипулировала проектом «Турецкий поток». Сначала, сославшись на политическую атмосферу в Турции, русские заявили, что для подписания соглашений по «Турецкому потоку» они ждут формирования правительства. Затем с принятием решения о досрочных выборах, у России появилась новая дата — 1 ноября. Но еще до наступления ноября намерение вскрылось. Русские заявили о сокращении мощности «Турецкого потока» на 50%. А далее этот проект может приобрести совершенно другое измерение.

Однако главный спор возник в тот момент, когда русские положили на стол переговоров об утверждении «Турецкого потока» скидку на российский газ, по которой стороны уже договорились. Турция не приняла торг в такой форме, а Россия не пошла на уступки и некоторыми сво-

ими заявлениями обострила этот вопрос. Кроме того, Россия не ввела в действие скидку 10,25%, хотя о ней стороны договорились в рамках действующих контрактов, и она должна была вступить в силу с января 2015 г. То есть Россия не снизила стоимость своего газа ценой ухудшения двусторонних отношений и перспективы, что Турция (и вполне справедливо) обратится в суд. А заявлениями вроде «разногласия преодолены» российская сторона смогла выиграть время.

На фоне этих фактов можно предположить, что нарушения турецкого воздушного пространства были спланированным российским аттракционом. Теперь следует принять во внимание не только вопрос о передаче российского природного газа в Европу через Турцию, но и все аспекты российско-турецких отношений. На этом этапе будут тщательно проанализированы все связи с Россией, включая АЭС «Аккую» (Мерсин), а также газ, получаемый по «Голубому потоку» и Западному коридору. Кроме того, не будем забывать, что центром (хабом) «Турецкого потока» Россия желала сделать Грецию. Она не хотела, чтобы Турция приобрела новую роль и силу в газовой сфере. Россия позиционировала Турцию только как коридор или транзитную страну и всего лишь пыталась гарантировать поставки газа, который она продает в Турцию через Украину. По мере возникновения барьеров на пути передачи газа в Европу Россия стала отказываться от «Турецкого потока» и разрабатывать новые тактики для повышения своей активности в регионе.

Время играет против американских нефтяников

«Блумберг», США

Американская отрасль сланцевой нефтедобычи перешла к отступлению. В будущем году она в целом выживет, и спад производства не будет достаточно катастрофичным, чтобы подтолкнуть вверх нефтяные цены. Но в 2017 г. американских нефтяников, применяющих метод гидроразрыва пласта, могут ждать перспективы пострашнее.

Ценовая война Саудовской Аравии против американских нефтедобытчиков началась год назад, и сланцевые нефтяники держатся как могут, бравирюя, сокращая расходы, беря в долг и опираясь на прежние срочные сделки страхования от падения цен. Но у небольших игроков все эти ресурсы на данный момент в основном исчерпаны.

Как сообщает консалтинговая фирма Wood Mackenzie, около трети нефти в американских штатах, не считая Аляску и Гавайи, добывают компании, которые брали кредиты под залог своих нефтяных и газовых запасов. Теперь им предстоит пересмотр базы кредитования.

Это актуально для небольших добывающих компаний, которые могут брать кредиты только под свои запасы, но и более крупные компании тоже могут пострадать из-за прохладного отношения банков и инвесторов к нефтедобывающей отрасли. Во II квартале 2015 года 83% наличности от операций американские сухопутные нефтедобытчики потратили на обслуживание долга, о чем свидетельствуют данные Управления по информации в области энергетики. Это примерно в два раза больше, чем в начале 2012 г. Такая бизнес-модель не обеспечивает учет будущих потребностей. Нефтяные компании могут продолжать брать кредиты лишь тогда, когда инвесторы рассчитывают на существенное повышение цен. А как раз этого никто не ждет. Фьючерсные контракты на декабрь 2016 г. идут по цене 56 долл. за баррель, что примерно на 6 долл. выше сегодняшней цены.

Некоторые инвесторы полагают, что все это в 2016 г. приведет к сокрушительному поражению американской нефтяной отрасли и к резкому росту цен. Вице-президент и крупный акционер самой большой в России частной нефтяной компании «Лукойл» Леонид Федун предсказывает, что нефтяные цены в будущем году поднимутся до 70–80 долл., а может, даже до 100. Он назвал сланцевую нефть «типичным американским пузырем, похожим на пузырь доткомов».

Но трудно себе представить, что в 2016 г. такое будет возможно. Банкротств в отрасли будет больше, чем в текущем году, и первыми в очереди окажутся финансово неблагополучные компании. Но даже самые слабые смогут выжить, распродав активы частным инвесторам, которые не упустят свой шанс поживиться за счет вялого рынка. Эти инвесторы наверняка будут добывать нефть по максимуму, но спад добычи в США ускорится, как того и хотелось саудовцам, когда они заявили о своем твердом намерении вернуть себе долю рынка, отняв ее у американских выскочек.

ОПЕК прогнозирует, что добыча нефти в США после взрывного роста 2014 г. сократится на 100 тыс. барр./сутки. Это не очень большое снижение. Однако страны ОПЕК, и особенно Саудовская Аравия, увеличат свою долю рынка в большей степени, потому что по прогнозам спрос должен вырасти на 1,25 млн барр./сутки. Наверное, это реалистичный прогноз, и его подтверждает в своем октябрьском докладе Международное энергетическое агентство. При нынешних ценах спрос растет везде, потому что эксплуатировать автомобили, грузовики и самолеты становится дешевле. Даже Китай, это кладбище прогнозов по спросу на сырье, испытывает все больший нефтяной голод, потому что там растет спрос на автомашины и поездки.

По данным ОПЕК, расходы американских нефтяных компаний на разведку, освоение и добычу снизились на 35%, в то время как в мире отраслевое снижение составило 20%. Wood Mackenzie отмечает, что эффект от сокращения инвестиций достигнет своего пика в марте 2017 г. К тому времени инвесторы твердо усвоят преподнесенный им урок. Поскольку саудовцы готовы наносить ущерб самим себе ради незначительного увеличения доли рынка, сланцевая нефть — это слишком рискованная ставка.

Американское правительство здесь ничем помочь не может. Отмена запрета на экспорт может увеличить внутренние цены на доллар или два за баррель. Однако выгоды для отрасли будут несущественными, да и увеличение процентной ставки немедленно их уничтожит. Все, что могут сделать использующие технологию гидроразрыва пласта компании, это сжать зубы, упереться и надеяться на то, что отступление не приведет их к банкротству как к некоей форме капитуляции.

Автор — Леонид Бершидский

В условиях падения цен на нефть американские компании по добыче сланцевой нефти могут лишь сжать зубы, упереться и надеяться на то, что отступление не приведет их к банкротству.

Bloomberg

Чем Индия и Германия привлекают друг друга

«Дойче велле», Германия

На фоне
ослабления
китайской
экономики и
сворачивания
торговли с
Россией у
немецких
бизнесменов
быстро растет
интерес ко
второму по
численности
населения
государству
планеты — Индии



До сих пор на азиатском континенте внимание деловых кругов Германии было сконцентрировано на Китае. Однако там сейчас заметно замедляется экономический рост, поэтому у немецких экспортеров и инвесторов быстро растет интерес ко второму по численности населения государству планеты — Индии. Тем более что пришедший к власти в мае 2014 г. индийский премьер-министр Нарендра Моди провозгласил курс на всестороннюю модернизацию страны.

Немецких менеджеров и предпринимателей продолжают завораживать те три D, на которые так любит указывать Моди, говоря о высокой привлекательности своей страны для иностранных инвесторов: Democracy (демократия), Demography (демография), Demand (спрос). Действительно, Индия — это демократическая страна с устоявшимися институтами народовластия. Большинство населяющих ее — почти 1,3 млрд человек — это молодые люди, и по мере того, как они получают образование и пополняют ряды среднего класса, растет и без того уже гигантский потребительский рынок.

«Эта страна имеет все предпосылки для того, чтобы стать крупным игроком в мировой промышленности», — убежден председатель правления Siemens Джо Кезер. Однако для этого Индии необходимо многое наверстать в области инфраструктуры, и немецкий технологический концерн явно надеется на заказы в энергетической и транспортной сфере.

Топ-менеджеры входят в делегацию из 20 немецких бизнесменов, сопровождавших канцлера Германии Ангелу Меркель в ходе визита в Индию. Германию индийский премьер считает «естественным партнером», ее сильные стороны очень хорошо сочетаются с сегодняшними приоритетами Индии. По итогам консультаций обе стороны подчеркнули свое желание расширить сотрудничество не только в экономической области, но и в таких сферах, как политика безопасности, обмен технологиями и образование.

Весьма показательно, что никаких крупных контрактов в ходе визита подписано не было: почву для многомиллиардных сделок еще только предстоит подготовить. Важным шагом на пути к этому стала договоренность о создании в Индии специального ведомства, призванного облегчить предприятиям из Германии инвестирование на индийском рынке и ускорить выдачу соответствующих разрешений.

Впрочем, с бюрократизмом и чиновничьим произволом сталкиваются в Индии даже самые большие немецкие концерны, о чем их представители прямо говорили на германо-индийском экономическом форуме. Гости из Германии критиковали, в частности, тот факт, что тендеры на получение госзаказов, в которых участвуют немецкие или европейские фирмы, завершаются нередко весьма сомнительными решениями.

«Чтобы способствовать дальнейшим инвестициям, необходимо решить проблемы, возникающие при приобретении земельных участков, и спорные вопросы, касающиеся налогов и таможенных пошлин, — заявил в интервью газете Hindustan Times министр иностранных дел Германии Франк-Вальтер Штайнмайер. — Большим шагом вперед стало бы введение единого для всей страны налога на добавленную стоимость».

Решать таможенные проблемы Германия предпочла бы в более широких рамках. В совместном заявлении по итогам межправительственных консультаций подчеркивается, что обе стороны выступают за скорейшее возобновление переговоров о создании зоны свободной торговли между Индией и ЕС. В рамках достигнутой договоренности о партнерстве в области солнечной энергетики Германия предоставит Индии в виде льготных кредитов примерно 0,5 млрд евро на приобретение и установку солнечных батарей. Объемы германо-индийской торговли составляют пока весьма скромные 16 млрд евро (2014 год). За тот же период экспорт-импорт между Германией и Россией, к примеру, превысил 67 млрд евро. Однако в 1-м полугодии 2015 г. поставки немецкой продукции на индийский рынок на 18% увеличились, на российский же рынок на 31% сократились.

Россия сотрудничает со своим партнером по БРИКС — Индией главным образом в военно-технической и энергетической сферах. Бизнесмены, сопровождавшие Меркель, представляют такие отрасли, как машиностроение, логистика, химическая промышленность, фармацевтика, а также финансовый сектор. По данным социологов, жителей Индии связывают с Германией, прежде всего, высокие технологии (автомобили), спортивные успехи (чемпион мира по футболу) и хорошее образование. Число индийцев, обучающихся в немецких вузах, за последние четыре года удвоилось и составляет сейчас почти 12 тыс. человек. ■

МВЦ «Крокус Экспо», 2015–2016 гг.

НОЯБРЬ

**10–13 ноября,
пав. 3, зал 20**

7-й съезд Российской ассоциации специалистов ультразвуковой диагностики в медицине (РАСУДМ)
Организатор: «МЕДИ Экспо»

**12–15 ноября,
пав. 1, зал 4**

19-я международная выставка «ОХОТА. РЫБАЛКА. ОСЕНЬ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**13–15 ноября,
пав. 1, зал 3**

7-я международная выставка MOSCOW HOBBY EXPO
пав. 1, зал 4

2-я выставка рукоделия, творчества, искусства и народных ремесел ART&CRAFT
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**17–19 ноября,
пав. 2, зал 6**

Международный форум «УМНЫЙ ГОРОД БУДУЩЕГО»
Международная выставка «ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И ЖКХ»
3-й МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ФОРУМ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ФОРУМ
Международный салон искусств ART VISION
Международный форум «АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ»
Организатор: «Мир-Экспо»

**17–19 ноября,
пав. 3, зал 20**

XIX РОССИЙСКИЙ ОНКОЛОГИЧЕСКИЙ КОНГРЕСС
Организатор: Российское общество клинической онкологии (RUSSCO)

**24–27 ноября,
пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**

14-я международная выставка лесозаготовительной техники, оборудования и технологий для деревообработки и производства мебели WOODDEX MOSCOW
Организатор: МВК

**24–27 ноября,
пав. 2, залы 7, 8**

17-я международная выставка
«PHARMTECH – ТЕХНОЛОГИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»
Организатор: ITE

**26–28 ноября,
пав. 3, залы 19**

13-й московский международный открытый фестиваль фитнеса MIOFF
Организатор: «РТЕ-Групп»

ДЕКАБРЬ

**19 декабря–9 января,
пав. 3, залы 12, 13, 14**

НОВОГОДНЯЯ СТРАНА В «КРОКУСЕ» 2016
Организатор: Продюсерский центр «Седьмая Радуга»

ЯНВАРЬ

**20–21 января,
пав. 1, зал 4**

8-й международный фестиваль технологий продвижения и рекламы PROMEDIATECH
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**26–28 января,
пав. 1, залы 3, 4**

18-я международная выставка и форум CSTB. TELECOM & MEDIA
Организатор: «МИДЭКСПО – выставки и ярмарки»

ФЕВРАЛЬ

**2–5 февраля,
пав. 3, залы 13, 14, 15**

20-я международная выставка бытового и промышленного оборудования для отопления, водоснабжения, сантехники, кондиционирования, вентиляции, бассейнов, саун и СПА
AQUA-THERM MOSCOW
Организатор: ITE, Reed Exhibitions

**8–10 февраля,
пав. 2, зал 5**

13-й всероссийский стоматологический форум и выставка-ярмарка «ДЕНТАЛ-РЕВЮ»
Организатор: ДЕ-5

**9–10 февраля,
пав. 1, зал 3**

3-я национальная выставка инфраструктуры гражданской авиации NATIONAL AVIATION INFRASTRUCTURE SHOW (NAIS)
Организатор: Reed Exhibitions

**16–19 февраля,
пав. 3, зал 15**

18-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ОПТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА (MIOF)
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**17–19 февраля,
пав. 1, залы 1, 2**

9-я международная специализированная выставка композитных материалов, технологий производства композитов, оборудования и изделий из

композитных материалов
«КОМПОЗИТ-ЭКСПО»

8-я международная специализированная выставка полиуретановых материалов, технологий производства полиуретанов и использования полиуретанов в промышленности «ПОЛИУРЕТАНЭКС»

4-й международный форум по материаловедению
«ИННОВАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ (ИМТЕХ)»

Международная выставка INNOCHEMEXPO
Организатор: «Мир-Экспо»

МАРТ

**1–3 марта,
пав. 2, зал 8**

Международная специализированная выставка товаров для детей KIDS RUSSIA–2016
Организатор: «Гранд Экспо»

**1–3 марта,
пав. 1, зал 2**

Международная выставка оборудования, продукции и услуг для ресторанов, кафе и пекарен FOOD SERVICE / IFFF MOSCOW–2016
Организатор: ITE

**1–4 марта,
пав. 1, залы 1, 3**

19-я международная выставка пищевых ингредиентов INGREDIENTS RUSSIA
14-я международная выставка «МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ»
Организатор: ITE

**4–6 марта,
пав. 2, залы 5, 7**

13-я международная выставка «МОТО ПАРК»
пав. 2, зал 6

12-я международная специализированная выставка «ВЕЛО ПАРК»
Организатор: «РТЕ-Групп»

**5–6 марта,
пав. 1, зал 4**

Международная выставка кошек «КЭТСБУРГ–2016»
Организатор: «Супрэм»

**8–13 марта,
пав. 3, залы 13, 14, 15**

9-я международная выставка катеров и яхт «МОСКОВСКОЕ БОУТ ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**15–17 марта,
пав. 2, залы 7, 8**

19-я международная выставка электронных компонентов, модулей и комплектующих «ЭКСПОЭЛЕКТРОНИКА»
14-я международная выставка технологий, оборудования и материалов для производства изделий электронной и электротехнической промышленности «ЭЛЕКТРОНТЕХЭКСПО»
Организаторы: «Примэкспо», ITE

**15–17 марта,
пав. 2, зал 11**

23-я международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD»
Организатор: «Скрепка Экспо Проект»

**15–17 марта,
пав. 2, зал 6**

29-я международная выставка промостроения: промосувениров, бизнес-подарков, товаров и услуг для продвижения и мерчандайзинга «IPSA BECHNA»
Организатор: Reed Exhibitions

**15–18 марта,
пав. 3, залы 17, 18**

Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ–2016»
Международная выставка сумок и модных аксессуаров MOSPEL–2016
Организатор: «МосШуз»

**19–22 марта,
пав. 1, залы 2, 3, 4**

Международная туристская выставка «ИНТУРМАРКЕТ (ITM)–2016»
Организатор: «Экспотур»

**22–23 марта,
пав. 2, зал 6**

3-я международная специализированная выставка контрактного производства «СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (IPLS)»
Организатор: Reed Exhibitions

**22–24 марта,
пав. 3, зал 20**

Международная специализированная выставка «ЛАБОРАТОРНАЯ ДИАГНОСТИКА–2016»
Организатор: «МЕДИ Экспо»

**24–27 марта,
пав. 3, залы 14, 15**

12-я международная выставка «САЛОН КАМИНОВ»
12-я международная выставка индустрии природных технологий «ДЕРЕВЯННЫЙ ДОМ»
10-я международная выставка «AQUA-SALON. WELLNESS & SPA. БАССЕЙНЫ И САУНЫ»
9-я международная выставка «ДОМ И САД. MOSCOW GARDEN SHOW»
Организатор: World Expo Group

Календарь выставок

АПРЕЛЬ

**5-7 апреля,
пав. 3, залы 14, 15**

Специализированная выставка закрытого типа METRO EXPO-2016 (вход только по приглашениям)
Организатор: «МЕТРО Кэш энд Керри»

**5-8 апреля,
пав. 1, 2, 3, залы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13**

Международная строительно-интерьерная выставка BATIMAT RUSSIA-2016
Организаторы: «МЕДИА ГЛОБ», МВЦ «Крокус Экспо»

**5-8 апреля,
пав. 2, зал 9**

3-я международная выставка ландшафтной архитектуры, садового строительства, дизайна открытых пространств и интерьеров GARDEN BUILD
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**14-16 апреля,
пав. 3, залы 13, 14**

Выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты INTERCHARM professional-2016
Организатор: Reed Exhibitions

**14-17 апреля,
пав. 3, зал 15**

Международная выставка фото-, видеооборудования, печатных технологий и аксессуаров «ФОТОФОРУМ-2016»
Международная выставка мобильной электроники, цифровой техники и аксессуаров «MOBILE & DIGITAL FORUM-2016»
Организатор: «МИДЭКСПО - выставки и ярмарки»

**18-20 апреля,
пав. 2, зал 6**

Выставка и конференция «FASTFORWARD E-SHOPPING. КУРЬЕРСКИЕ И ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ-2016»
Организатор: «РЭД ГРУПП»

**18-20 апреля,
пав. 2, зал 6**

Выставка и конференция «FASTFORWARD E-SHOPPING. КУРЬЕРСКИЕ И ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ-2016»
Организатор: «РЭД ГРУПП»

**18-21 апреля,
пав. 2, залы 7, 8**

39-й московский международный стоматологический форум и выставка «ДЕНТАЛ САЛОН»
Организатор: ДЕ-5

**19-22 апреля,
пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**

21-я международная выставка транспортно-логистических услуг и технологий «ТРАНСРОССИЯ»
Организатор: ГТЭ

**26-28 апреля,
пав. 3, зал 15, открытые площадки**

20-я международная выставка технологий и оборудования для добычи и обогащения полезных ископаемых MININGWORLD RUSSIA
Организаторы: «Примэкспо», ГТЭ

**26-29 апреля,
пав. 3, зал 13**

Международная выставка-форум «ЭКОТЕХ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**27-29 апреля,
пав. 1, зал 1**

Международная выставка «ЧЕРНОЕ МОРЕ-2016»
Организатор: SENEXPO International Fairs Inc.

МАЙ

**17-20 мая,
пав. 3, залы 13, 14**

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН / MIFS-2016
Организаторы: МЕДИА ГЛОБ, МВЦ «Крокус Экспо»

**19-21 мая,
пав. 1, залы 3, 4**

Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA-2016
Организатор: «Русские Вертолетные Системы»

**19-22 мая,
пав. 3, зал 15**

Международная выставка активного отдыха и приключенческого туризма «ОТКРОЙ СВОЮ РОССИЮ»
Организатор: «РЭД ГРУПП»

**20-22 мая,
пав. 3, зал 14**

8-я международная выставка «МОСКОВСКОЕ ТЮНИНГ ШОУ»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

**24-26 мая,
пав. 1, зал 2**

8-й Всероссийский научно-образовательный форум с международным участием «МЕДИЦИНСКАЯ ДИАГНОСТИКА»
Организатор: «МЕДИ Экспо»

**31 мая - 4 июня,
пав. 1, 3, залы 1, 2, 12, 13, 14, 15, открытые площадки**

17-я международная выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ / СТТ»
Организатор: «Медиа Глоб»

ИЮНЬ

**14-17 июня,
пав. 1, залы 1, 2, 3, 4**

21-я международная выставка упаковочной индустрии ROSUPACK
Организатор: МВК

**15-17 июня,
пав. 2, зал 6**

11-я международная выставка дизайна и проектирования изделий, производства и эксплуатации форм, пресс-форм, штампов, 3D-оборудования и технологий «ROSMOULD / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»

7-я международная специализированная выставка сырья, оборудования и технологий для производства изделий из пластмасс «РОСПЛАСТ. ПЛАСТМАССЫ. ОБОРУДОВАНИЕ. ИЗДЕЛИЯ»
Организатор: ЭМГ

АВГУСТ

**24 августа - 4 сентября,
пав. 1, 2, 3**

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ САЛОН-2016
Организаторы: МВЦ «Крокус Экспо», НП «Объединение автопроизводителей России»

**25-28 августа,
пав. 1, залы 1, 2, 3**

12-я международная выставка автомобильной индустрии «ИНТЕРАВТО»
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

(495) 727-26-12, (495) 223-42-08
www.builDEXPO.ru

BUILDEXPO

Генеральный застройщик МВЦ «Крокус Экспо»

**Дизайн и строительство
выставочных экспозиций,
стендов и торговых площадей**