

№3 (41) 2009

# Бизнес и Выставки

**Судьба российской  
прялки**

**Квадратные  
метры кризиса**

**Валенсия:  
локомотив прогресса**





# Международная выставка ИНТЕРАВТО 2009

## 26-30 августа

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**

Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»;  
65 – 66 км МКАД (пересечение МКАД  
и Волоколамского шоссе)  
Тел.: +7 (495) 727-26-31  
[www.interauto-expo.ru](http://www.interauto-expo.ru)

При поддержке:



Генеральный  
информационный партнер:



Информационный партнер  
МВЦ «Крокус Экспо»:



Реклама на сайте и на территории МВЦ «Крокус Экспо»: тел.: (495) 727-26-39, [www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)  
Аренда конференц-залов и презентационного оборудования: тел.: (495) 727-25-93, 727-26-15

# Добро пожаловать в сады здоровья



Открываем 15. 4. 2009

  
**SPA RESORT SANSSOUCI**  
— GARDEN OF HEALTH —

[www.sanssouci.kv.cz](http://www.sanssouci.kv.cz)

В санатории «Сан-Суси» после полной реконструкции (Spa Resort Sanssouci) были созданы действительно идеальные условия для лечения и отдыха. Благодаря соединению всех гостиничных и курортных объектов подземным коридором Вы можете удобно жить, лечиться и отдыхать, заниматься спортом и развлекаться буквально под одной крышей. Сердечно приглашаем Вас и желаем Вам приятно отдохнуть.

#### ПОСЕЛЕНИЕ

- 360 номеров / 675 мест
- Standard Single Room
- Standard Double Room
- Superior Room
- Suite
- Deluxe Suite



#### ОТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

- Рецепция
- Консьерж
- Обмен валют
- Расчет: VISA / JCB / MasterCard  
ECMC / Dinners Club
- Автостоянка, подземные гаражи
- Актный зал / 160 мест
- Бассейн



#### ПИТАНИЕ

- Табльдот
- 3 отельные ресторана
- VIP ресторан
- Танцевальное кафе
- Лобби-бар – атриум и летняя терраса

#### БАЛЬНЕОЛОГИЯ

- Комплексное санаторно-курортное обслуживание
- Круглосуточная медицинская служба
- Веллнесс- и «тренды»-процедуры

#### СЕРВИС

- Shuttle-bus к Гейзерной колоннаде
- Парикмахерская, косметика, маникюр, педикюр
- Продажа газет, журналов, открыток и сувениров
- Спорт-центр «Империал»: теннисные корты, Indoor golf
- Бильярд, настольный теннис, фитнес, вихревая ванна, сауна, floating, северная ходьба, карты
- Предложение экскурсий и культурных мероприятий
- Организация индивидуальных занятий и трансфертов /гольф, верховая езда, обзорные полеты, лыжный и велосипедный спорт/

SPA RESORT SANSSOUCI \*\*\*\* • U Imperialu 11 • 360 21 Karlovy Vary • Чешская Республика

Информация и бронирование • Тел.: +420 353 207 605, 353 207 622 • Факс: +420 353 207 151 • E-mail: [reservation@sanssouci.kv.cz](mailto:reservation@sanssouci.kv.cz)



# Бизнес и Выставки

№ 3 (41) 2009

Издатель  
Арас АГАЛАРОВ

Главный редактор  
Борис ФАНТАЕВ

Заместитель главного редактора  
Ирина СКИБИНСКАЯ

Редактор  
Надежда КАЛМЫЧКОВА

Отдел рекламы  
Тел.: (495) 223-4215

Фото: А. Гуляев, А. Толкачева,  
PhotoDisk, Corel

Адрес редакции:  
143400, Московская область,  
г. Красногорск-4,  
МВЦ «Крокус Экспо»  
Тел./факс: (495) 727-2676  
Интернет: <http://www.crocus-expo.ru>  
<http://www.biz-expo.ru>  
Эл. почта: [journalbv@crocus-off.ru](mailto:journalbv@crocus-off.ru)

Учредитель  
ЗАО «Крокус Интернэшнл»  
Адрес: 143400, Московская обл.,  
г. Красногорск-4,  
ТВК «Крокус Сити»

Дизайн-проект и верстка:  
Арт Юнит Принт

Подписка в редакции журнала  
тел. (495) 223-4215  
Подписной индекс в каталоге  
«Роспечать» 91306

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 издателя.  
Издатель не несет ответственности за содержание  
рекламных объявлений.

Отпечатано в России.  
Тираж 20 000 экз. Цена свободная.

От издателя . . . . . 4

Крокус Экспо: день за днем . . . . . 5

## Главная тема

Тяжелая болезнь легкой промышленности . . . 6

Судьба российской прялки . . . . . 10

Какая обувь нам нужна . . . . . 12

«МосШуз» в преддверии осени . . . . . 14

Так победим! . . . . . 16

Россия остается меховой державой. . . . . 18

Швеи нужны всегда . . . . . 20

Выставки кожи и меха в мире . . . . . 22

## История успеха

Неповторимая Коко Шанель . . . . . 24

## Выставки и рынки

Весь мир выставок . . . . . 28

«Евроэкспомебель» держит планку . . . . . 30

Деревянная валюта России . . . . . 32

Недвижимость: от кризиса до подъема . . . . 36

Квадратные метры кризиса . . . . . 37

Упаковочный рынок сохраняет оптимизм . . . 40

ProMediaTech – навстречу новым идеям . . . 42

Попали в молоко . . . . . 44



24

<b>Выставочные и конгрессные центры</b>	
Валенсия: локомотив прогресса . . . . .	46
Новое китайское чудо . . . . .	50
<b>Выставочные технологии</b>	
Камнем вниз. . . . .	52
Колумбова выставка . . . . .	56
<b>Развитие бизнеса</b>	
Строгино, Мякинино, далее – везде. . . . .	60
<b>Предпринимательский форум</b>	
Антикризисные рецепты. . . . .	62
Кризис и налоги. . . . .	66
<b>Дискуссионный клуб</b>	
Отрегулируемся сами . . . . .	68
<b>Дайджест</b>	
Инопресса . . . . .	70
<b>Календарь выставок</b>	
Обувь, кожа и мех. . . . .	15
МВЦ «Крокус Экспо». . . . .	81



6



32



62

С  
В  
Е  
Д  
О  
М  
О  
В  
Е  
С  
Т  
Ь

## ОТ ИЗДАТЕЛЯ



Завершается первая половина выставочного сезона. Можно с уверенностью сказать, что мрачные прогнозы некоторых аналитиков не оправдались. Выставки продолжают привлекать бизнес, который видит в них одно из наиболее мощных средств стимулирования сбыта.

Работа в непростых условиях показала, что только взаимодействие, сплоченность, реальная оценка своих возможностей, учет интересов партнеров помогут выставочному сообществу преодолеть сложный период. Крокус Экспо со своей стороны делает все возможное для того, чтобы и экспоненты, и посетители выставок, и наши партнеры – выставочные операторы могли успешно продолжать свою работу.

Крокус Экспо благодарен постоянным партнерам, которые как и прежде реализуют на нашей площадке свои выставочные программы, и приветствует новых, приходящих сюда с оригинальными проектами. В свою очередь, мы разрабатываем специальный комплекс мер, которые позволят нашим партнерам, как старым, традиционным, так и новым, легче справиться с текущими трудностями.

Убежден, что выставочное сообщество выйдет из кризисного года обновленным и более жизнеспособным.

Арас АГАЛАРОВ

**ЗАО** «Крокус Интернэшнл» строит новый логистический центр в подмосковном Одинцово. Он будет занимать здание площадью 8,5 тыс. кв. м и высотой 40 м. Оборудование центра позволит полностью автоматизировать и централизовать в рамках «Крокус Интернэшнл» контроль за ассортиментом и движением товаров, а также управление складскими запасами. Строительство такого центра диктуется необходимостью планирования и управления операционной деятельностью и логистикой в условиях расширения торговой и складской сети компании.

**В** МВЦ «Крокус Экспо» продолжается развитие инфраструктуры и сферы услуг, предоставляемых участникам выставок. Ресторан SKY, управляемый компанией Calisto Catering, объявил о новой услуге – круглосуточном обслуживании гостей недавно открывшегося отеля «Аквариум». Предварительный заказ позволит гостям сэкономить время и получить дополнительную скидку.



**В** есной этого года в Воронеже открывается новый магазин сети «Твой дом», принадлежащей ЗАО «Крокус Интернэшнл». При его строительстве были учтены многие новейшие достижения в организации розничной торговли, складского хозяйства, в оформлении торговых залов. Воронежский «Твой дом» станет первым проектом в программе продвижения бизнеса «Крокус Интернэшнл» в регионы.

**В** Москве состоялся Российско-итальянский экономический форум, в котором приняла участие группа итальянских предпринимателей и представителей правительства во главе с министром экономического развития Италии Клаудио Скайоло. На форуме выступил генеральный директор ЗАО «Крокус Интернэшнл» Арас Агаларов с сообщением об участии компании в российско-итальянской торговле и развитии экономических отношений с итальянскими фирмами.



**П** резидент ЗАО «Крокус Интернэшнл» Арас Агаларов, являющийся председателем российской части Российско-тунисского делового совета, принял участие в торжественных мероприятиях, проводившихся посольством Республики Тунис в Москве по случаю 53-й годовщины со дня провозглашения независимости Республики Тунис.



**К** омпания «Крокус Интернэшнл», являющаяся членом Московской международной бизнес-ассоциации (ММБА) со дня ее основания, приняла участие в общем годовом собрании. На заседании обсуждались итоги работы организации в 2008 г., а также направления деятельности в условиях экономического кризиса. С оценкой работы ассоциации и текущей ситуации на заседании выступил ее президент, мэр Москвы Юрий Лужков.

**П** резидент ЗАО «Крокус Интернэшнл» и Союза производителей и импортеров Арас Агаларов принял участие в заседании Общественно-консультативного совета по таможенной политике при ФТС России. На заседании обсуждались вопросы сертификации импортных товаров, перспективы развития таможенного законодательства РФ, программа антикризисных мер Правительства РФ.

**К** омпания «Крокус Интернэшнл» выступила в качестве российского партнера сети ресторанов высокой японской кухни Nobu в создании нового проекта в Москве. Ресторан открылся на пересечении Большой Дмитровки и Столешникова переулка. Nobu имеет рестораны в 18 городах и столицах мира, включая Лондон, Нью-Йорк, Токио, Лос-Анджелес, Мельбурн, Гонконг, Дубай, Лас-Вегас, Гонолулу.



# Тяжелая болезнь легкой промышленности

Российская легкая промышленность сегодня, как и двадцать, как и пятьдесят лет назад влачит безрадостное существование. Ей мешает импорт, ей мешает нежелание потребителя покупать некачественные и некрасивые изделия, ей мешает нехватка денег и устаревшее оборудование, ей мешает всё и вся. Возможно, выход из тупика предложит разработанная в конце 2008 г. Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 г.

По данным ОЭСР, легкая промышленность входит в состав ведущих отраслей мирового промышленного комплекса. По уровню потребления и объемам продаж продукции она опережает таких «монстров», как машино- и автомобилестроение, ВПК, химическая промышленность и другие отрасли. На ее долю приходится 5,7% мирового ВВП, более 14% занятых в промышленных производствах. Отрасль характеризуется постоянным экономическим ростом, а потребление товаров легкой промышленности растет более высокими темпами, чем прирост населения Земли.

Понимая важнейшую роль легкой промышленности, развитые (и не очень) государства уделяют ей особое внимание. Так поступают везде, но не в России. Удивительно, но как в советский период, так и ныне Россия так и не научилась обеспечивать себя самым необходимым: большая часть потребностей удовлетворяется за счет импорта. Не сумев наладить собственное качественное производство и обеспечить население всем необходимым, обувщики, текстильщики, меховщики, швейники в один голос жалуются на импорт, вероятно, забыв совсем недавнее прошлое, когда за пару импортных сапог люди убивались в очередях.

## БЕЗ ТЕКСТИЛЯ – НИ ТУДА И НИ СЮДА

В настоящее время в легкой промышленности России работают 14 тыс. предприятий, расположенных в 72 регионах страны. На них тру-

дятся 487 тыс. человек, из которых 75% – женщины. Около 70% предприятий легкой промышленности являются градообразующими для малых городов. При этом техническую, ассортиментную и инвестиционную политику в отрасли диктуют сравнительно небольшое количество крупных предприятий. В хлопчатобумажной отрасли 19 предприятий выпускают 82% объема готовых тканей, около 70% производства обеспечивают 6 предприятий в шелковой промышленности, 10 – в шерстяной, 7 – в льняной; в трикотажной – 12 предприятий выпускают 50% трикотажных и чулочно-носочных изделий, в обувной – на 22 предприятия приходится 56% всей выпускаемой обуви. В структуре промышленности наибольший удельный вес занимают текстильная, швейная и меховая отрасли – 75% общего производства (доля текстильной продукции – 45%, кожи и обуви – около 25%).

Продукция легкой промышленности имеет устойчивый спрос, она востребована практически во всех сферах жизни человека, без нее невозможна работа многих отраслей экономики. Ткани и товары для дома, изделия медицинского назначения, одежда и обувь, технический текстиль и обмундирование для вооруженных сил, отделка автомобилей и самолетов – трудно представить себе какую-либо сферу жизни и экономики, где бы не применялась продукция легкой промышленности.

Казалось бы, значимость легкой промышленности для человека и

государства в целом неоспорима. Однако цифры говорят о другом: в последние десятилетия эта отрасль в России «усыхает», ее вес в общем промышленном пироге неуклонно падает. Так, доля «легкой» продукции в общем объеме промышленного производства страны составила в 2007 г. всего лишь 1,1% (в 1991 г. – 11,9%, что соответствовало ситуации в таких странах как США, Германия и Италия, которые на протяжении многих лет сохраняют этот показатель на уровне 8–12%).

Стоимостные показатели, правда, демонстрируют иную динамику. Оборот розничной торговли одеждой, обувью, тканями в 2007 г. составил на внутреннем рынке 1,52 трлн руб., внешнеторговый оборот – почти 335 млрд руб., что по сравнению с 2006 г. больше соответственно на 8,6% и на 11,7%. Это лукавство цифр, однако, лишь маскирует бедственное положение отрасли.

Действующие отечественные производства обеспечивают менее четверти платежеспособного спроса населения, а мобилизационные потребности страны всего лишь на 17–36%. Впору говорить об угрозе национальной безопасности. Ведь по Закону о безопасности государства в общем объеме продукции стратегического назначения доля отечественной должна составлять не менее 51%.

## ВСЕ ХУЖЕ, И ХУЖЕ, И ХУЖЕ

Неспособность российских властей и российского бизнеса



(заметим, что все предприятия легпрома приватизированы) наклониться и взять деньги, которые лежат под ногами, просто поражаает. Ведь шить фуфайку – не танк построить. Особенностью легкой промышленности является быстрая отдача вложенных средств. Большой удельный вес конечной продукции, реализуемой в розничной сети, обеспечивает быстрый возврат денежных средств. Ее технологические возможности позволяют часто менять ассортимент продукции, не уменьшая общего объема производства. Все это прекрасно понимают турецкие, китайские, греческие, да и все остальные текстильщики и обувщики, снявшие сливки с необозримого потребительского рынка России, где неудовлетворенный в течение многих лет спрос на одежду и обувь наложился на резкий рост платежеспособности населения.

Чего же не хватает российским предприятиям для того, чтобы вытеснить с полок импортный ширпотреб и, наконец, одеть и обуть население страны в сколько-нибудь пристойные изделия. Ответ неоригинален: денег, денег и еще раз денег. Да еще запретить импорт и вернуть всех во времена всеобщего дефицита: носите, что дают.

А ведь в конце 80-х–начале 90-х годов государство вложило в техническое перевооружение предприятий около 2 млрд долл. Но, как говорится, не в коня корм: несмотря на финансовые вливания,

производство снижалось, новые прогрессивные технологии не осваивались, а имеющееся, в том числе импортное, технологическое оборудование перепродавалось в Турцию и Китай, где, напротив, начинался бум в развитии текстильной и легкой промышленности. Не удивительно, что в этих ус-

зилась на 8,3%. Убыток же, напротив, увеличился до 2 млрд руб. Об ухудшении положения в отрасли свидетельствует и повышение доли убыточных предприятий.

Из приведенных цифр следует одно: легкая промышленность давно и тяжело больна, и помочь могут лишь кардинальные меры.

#### ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Финансово-экономические показатели	2005	2006	2007	2008 (1 п/г)
Сальдированный финансовый результат, млн руб.	1152	2838	3255	1100
Прибыль, млн руб.	4948	5980	6454	3100
Убытки, млн руб.	3796	3142	3199	2000
Рентабельность, %	1,3	1,6	1,5	1,5
в т. ч. текстильное и швейное производство	1,1	1,4	1,3	1,3
производство кожи, изделий из кожи и обуви	2,3	3,0	2,8	2,8

ловиях сложился непрозрачный и нецивилизованный рынок, где хозяевами стали челноки и карго-перевозчики. Сегодня текстильщики и обувщики вновь заговорили о необходимости государственной поддержки и государственных инвестиций.

После кризиса 1998 г. в течение двух лет отрасль демонстрировала рост за счет эффекта импортозамещения и девальвации рубля, но закрепить успеха опять не смогла. Так, уже в 2004 г. темп роста был отрицательным – 95,6%. В 2007 г. было произведено 2,7 млрд кв. м тканей, что на 2,4% меньше, чем в предыдущем году. В I полугодии 2008 г. сальдированная прибыль предприятий отрасли по сравнению с тем же периодом 2007 г. сни-

Общие инвестиции в легкую промышленность по-прежнему незначительны. В 2007 г. они составили всего 6 млрд руб., т.е. 0,75% от общих инвестиций, вложенных в обрабатывающие производства. При этом иностранцы крайне неохотно идут в эту отрасль: в 2007 г. их капиталовложения составили всего лишь 60 млн долл., или 0,2% от их поступлений в обрабатывающие производства. Сократилось и количество предприятий с участием иностранного капитала: с 94 в 2006 г. до 73 в 2008 г.

Вместе с тем, для проведения масштабного технического перевооружения отрасли, по оценке экспертов, необходимы вложения не менее 300 млрд руб. (порядка 10 млрд долл.) в течение ближайших 5–6 лет.



### ВИНОВАТЫ ВРАГИ

Мировой рынок продукции легкой промышленности развивается чрезвычайно динамично. За последние 15 лет товарооборот увеличился более чем в 2 раза. Потребление тканей, одежды и обуви выросло в странах ЕС на 90,5%, в США – на 99,3%, в Японии – более чем в 2 раза. Но на долю России приходится всего 1,9% мирового товарооборота.

Емкий и динамично растущий внутренний спрос мог бы стать фактором роста производства и насыщения рынка российскими товарами. Однако вместо этого опережающими темпами растет импорт. В 2007 г. экспорт снизился на 14,3%, а импорт вырос в 3,3 раза. При этом в экспорте (преимущественно в государствах СНГ и Балтии) доминирует малообработанная продукция. Совсем незначителен экспорт трикотажных и швейных изделий, готовых тканей.

В 2007 г. в продажах товаров легкой промышленности доля продукции отечественных производителей составила лишь 23,2%, в том числе швейных изделий – 44,7%, обуви – 31%, трикотажных и чулочно-носочных изделий – 18%. При этом доля официального импорта в объеме продаж товаров легкой промышленности составила в 2007 г. всего 27,1%. Возникает естественный вопрос: а где остальное?

Цифры говорят о том, что на российском рынке правит бал теневой импорт и подпольное производство. По расчетам экспертов, почти половина – 49,7% – общих продаж товаров легкой промышленности приходится на долю товаров «теневое» происхождения.

Как полагают профессионалы отрасли, главной проблемой при формировании внутреннего рынка России стали карго-перевозки, т.е. широкомасштабная сеть поставок продукции, не облагаемой налога-

ми и пошлинами. Сердятся наши производители и на крупные торговые центры, так как туда отечественному производителю попасть трудно и дорого (впрочем, вещевые рынки их также не устраивают, так как там торгуют беспошлинным товаром). Жалуются производители и на рекламу: мол, рекламируется преимущественно импортный товар. При этом, они не отвечают на вопрос: а кто, собственно, кроме самих предприятий, должен рекламировать свой товар? Не из государственной же казны, то есть из денег налогоплательщика, финансировать рекламу?

По мнению предпринимателей, решение всех проблем лежит в государственном кармане.

### ПОМЕЧАЕМ...

По прогнозу ВНИИ потребительского рынка и мониторинга, емкость российского рынка товаров легкой промышленности в ближайшие годы будет прирастать не менее чем на 10–12% ежегодно и к 2020 г. розничный товарооборот может достичь 4,5–5,0 трлн руб. Это хорошая основа для развития отрасли.

Совершенно понятно, что никакими ограничительными мерами (запретить рекламу, ввести защитительные пошлины, остановить импорт и т. д.) ситуацию не исправить. Необходимо решить систем-

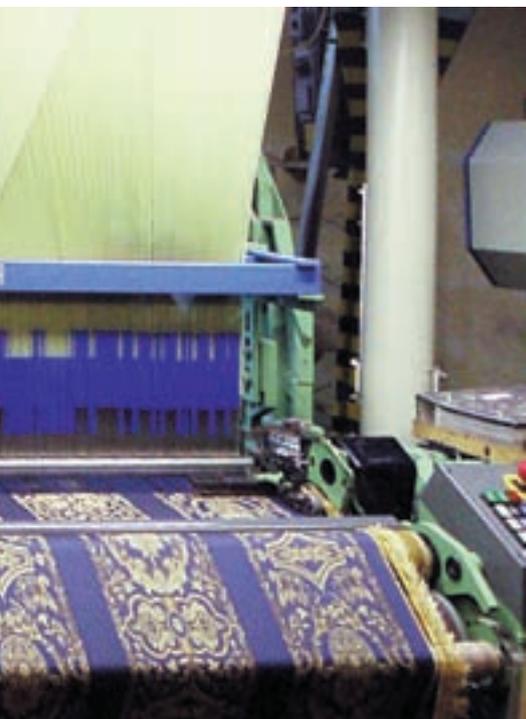
### РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (млрд руб.)

Показатели	2005	доля,%	2006	доля,%	2007	доля,%
Розничный товарооборот	1250,0	100,0	1400,0	100,0	1520,0	100,0
Товары российского производства*	242,1	19,4	311,5	22,3	352,6	23,2
Официальный импорт**	142,5	11,4	257,7	18,4	411,9	27,1
«Теневое» производство и «теневой» импорт***	865,4	69,2	830,8	59,3	755,5	49,7

\* В розничных ценах

\*\* По данным ФТС

\*\*\* Оценка



ную проблему, которая заключается в том, что в настоящее время легкая промышленность не способна ни количественно, ни качественно удовлетворить растущий спрос. Приостановить падение доли отечественных товаров на внутреннем рынке до критической черты и предотвратить возникшую угрозу национальной безопасности могут только системные же меры. Это означает формирование цивилизованного, конкурентного рынка, стимулирование развития современных товаропроводящих сетей, ужесточение таможенного контроля. Это модернизация производства и повышение конкурентоспособности российских товаров по параметрам «цена – качество – дизайн».

Изменить сложившуюся ситуацию призвана принятая в конце 2008 г. Стратегия развития легкой промышленности до 2020 г. Предполагается, что к означенному году удастся повысить долю отечественной продукции на российском рынке до 50%, а экспорт увеличить в 2–2,5 раза. К 2020 г., мечтают составители стратегии, произойдут коренные изменения в структуре производства легкой промышленности, увеличится в общем объеме доля продукции высоких переделов. Рост инвестиций будет соответствовать масштабам «очищения» рынка от контрафактной и контрабандной продукции, сниже-

нию доли теневого оборота с 49,7% в 2007 г. до 12% в 2020 г.

Разработчики стратегии, однако, отдают себе отчет в том, что основной риск при реализации этих радужных планов связан с малой вероятностью привлечения необходимых инвестиций и бюджетных средств.

И тем не менее, вся стратегия строится именно на требованиях к государству. «Предприятия отрасли самостоятельно не в состоянии в достаточной мере проводить крайне необходимую модернизацию и техническое перевооружение производств. Кроме того, вследствие

высокого износа основных фондов и отсутствия залоговой стоимости предприятия не имеют возможности получить полноценный кредит под техническое перевооружение и модернизацию производства. В первую очередь необходимо изменить инвестиционную политику государства по отношению к легкой промышленности в сторону доведения объемов инвестиций в основной капитал из федерального бюджета до уровня среднего по обрабатывающим производствам», – говорится в Стратегии.

Ирина МУРАВЬЕВА



# Судьба российской прялки

Легкая промышленность одной из первых столкнулась с проблемами неплатежей. Низкая степень модернизации и зависимость многих секторов производства от госзаказа, импорта и кредитов сделали эту отрасль уязвимой для первых ударов кризиса.

По данным Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности, снижение производства в 2008 г. по отдельным категориям составило от 10 до 25%. Предприятия швейного, обувного, кожевенного, мехового и других секторов оказались в очень тяжелом положении. Меры по возмещению части затрат на уплату процентов по кредитам (Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2007 г. с изменениями от 10 февраля 2009 г. «О порядке предоставления в 2008–2010 гг. субсидий организациям легкой и текстильной промышленности») не дали видимых результатов, как и снижение налоговой нагрузки на 4%. Традиционная для легкой промышленности нехватка финансирования и низкая конкурентоспособность сыграли злую шутку как с небольшими коммерческими организациями, ориентированными на рынок и активно занимающимися модернизацией производства, так и с градообразующими предприятиями, обеспечивающими государственный оборонный заказ.

«Самое печальное и парадоксальное следствие кризиса заключается в том, что больше всего пострадали компании, которые являются лидерами отрасли. Эти компании, активно развиваясь и внедряя новые технологии, неизбежно были вынуждены брать кредиты, вкладывать в инновации значительные средства», – сетует

генеральный директор текстильной компании «Нордтекс» Юрий Яблоков. Государство же с начала года не может расплатиться даже с собственными заказами. «В настоящее время наша ассоциация столкнулась с проблемой неплатежей со стороны стратегических объединений и крупных бюджетных организаций», – рассказывает Игорь Рогожин, директор Ассоциации СИЗ (средств индивидуальной защиты). – По данным некоторых наших членов, сумма неплатежей уже составляет сотни миллионов рублей». Единственное, что может сегодня спасти производство – объединение усилий для преодоления сложившейся экономической ситуации».

Такую политику попытались выработать в рамках отраслевого совещания «О текущей ситуации в текстильной и легкой промышленности и мерах по преодолению кризисных явлений в экономике отрасли», состоявшегося в феврале текущего года в дни работы федеральной оптовой ярмарки «Текстильлегпром». Целью совещания была выработка для Правительства РФ предложений по поддержке предприятий текстильной и легкой промышленности.

Для большинства компаний, кроме традиционной проблемы кредитования, чрезвычайно важными оказались и вопросы роста тарифов на электроэнергию, газ и воду, а также налоговой и тамо-

женной политики. В связи с этим представители предприятий текстильной и легкой промышленности почти единогласно сошлись во мнении о необходимости открытия целевых кредитных линий не менее чем на 4 млрд руб. для пополнения собственных оборотных средств, а также льготирования процента за пользование кредитом в размере 2/3 ставки Центрального банка. Также единодушно решили и вопрос о необходимости снижения тарифов на услуги естественных монополий как минимум на 2 года для энергоемких производств.

Остро стоит вопрос о необходимости предоставления налоговых льгот. Предложение о замещении НДС единым налогом на прибыль, давно уже обсуждаемое предпринимательским сообществом, теперь поднимается уже в качестве антикризисной меры. В области таможенной политики участники совещания были не столь единодушны. Необходимость снижения импорта готовой продукции, особенно из стран Юго-Восточной Азии, обсуждается уже давно. По словам Бориса Фомина, президента концерна «Ростекстиль», организатора отраслевого совещания, только за 2008 г. поступление трикотажных изделий из стран дальнего зарубежья увеличилось на 55%, а кожаной обуви – на 38,3%.

Поэтому предложение установить квоты на ввоз в Россию одежды, обуви и трикотажа из Ки-



тая, Индии, Пакистана и Турции было поддержано почти всеми. А вот предложение о повышении ввозных пошлин на сырье было встречено неоднозначно. Многие предприятия швейной промышленности могут использовать в своем производстве только импортные материалы – аналогов в России просто нет. Это касается как современных тканей, так и вспомогательных материалов: ниток, пуговиц, подкладки, некоторых видов кожи. «Я негативно отношусь к повышению таможенных пошлин на сырье, ведь у нас нет альтернативы по закупке тканей на территории России. Их никто не производит», – комментирует ситуацию Татьяна Львова, директор по производству торго-

вой сети нижнего белья «Дикая Орхидея».

Для предприятий кожевенной отрасли остро стоит вопрос о вывозе сырья. «На сегодняшний день необходимо сохранить сырьевые ресурсы путем введения запретительной пошлины на вывоз сухой кожи по крайней мере на ближайшие 2 года», – считает президент Российского союза кожевников и обувщиков Нина Мякунова. Такие же меры необходимы для предотвращения вывоза из России длинного льна, тонкой и полутонкой шерсти, кожевенного сырья, необходимого для обеспечения государственно-го заказа.

Среди мер по преодолению кризиса обсуждались и те, которые можно предпринять собственными силами, без помощи извне, это – снижение себестоимости готовой продукции, грамотный подсчет издержек производства, ликвидация ненужных посредников, стимулирование роста производительности труда, в том числе и за счет повышения заработной платы. Последняя мера особенно злободневна, так

как для многих населенных пунктов предприятия легкой промышленности остаются градообразующими.

Официальные обращения с просьбой о помощи к государственной власти – традиционный для российских предприятий легкой промышленности способ существования, ведь большинство из них до сих пор живут только за счет государственных заказов. Такие проблемы, как недостаток сырьевых ресурсов (льна и хлопка) по ценам, адекватным качеству готовой продукции, низкий уровень управления предприятиями, усиливающееся технологическое отставание, плохой уровень подготовки кадров, отсутствие рекламы, невысокий имидж отечественной продукции, в рамках борьбы с кризисом уже даже не обсуждаются. В то время как решение этих проблем вкупе с правильной импортной и налоговой политикой могло бы реально улучшить положение отечественной легкой и текстильной промышленности.

Надежда КААМЫЧКОВА

# Какая обувь нам нужна

Рынок потребительских товаров в России – один из самых импортозависимых. Развитие отечественного производства в этом секторе идет с большим трудом и сталкивается с острой конкуренцией со стороны импорта. Одним из ярких примеров является рынок обуви. О ситуации в этом секторе рассказывает генеральный директор Национального обувного союза Наталья ДЕМИДОВА.



**К**ак многие помнят, импортная обувь была одним из самых дефицитных товаров в советское время. Приличную пару купить было достаточно трудно. Отечественная обувь свободно лежала на прилавках магазинов, но ее качество оставляло желать лучшего. В

1990 г. в СССР было произведено 385 млн пар обуви – это немало, но отрасль никогда не была ориентирована на экспорт.

Открытие российского рынка привело к резкому росту импорта и сокращению внутреннего обувного производства, которое не выдержало конкуренции со стороны иностранной продукции ни по ценам, ни тем более по качеству. Потребители единодушно высказались в пользу импортной обуви. К сожалению, отечественное производство так и не сумело приспособиться к новым условиям и перестроиться, и к 1995 г. выпуск обуви в России упал до 51,6 млн пар.

В 1996 г. в целях поддержки отечественного производителя в России установили повышенную пошлину на импортную обувь в размере 20% плюс 2 евро с каждой ввозимой пары. Практически это был запретительный тариф, который вместе с НДС составил суммарный таможенный платеж на пару обуви в 50–60% от ввозной цены. Эта пошлина просуществовала почти 10 лет, до 2005 г. Однако никаких коренных изменений в отечественном обувном производстве за этот период не произошло. Объемы выпуска продукции не увеличились, предприятия не смогли модернизировать производство, повысить качество продукции, расширить ассортимент. В 2005 г. в России было произведено всего 47,1 млн пар, из которых на обувь с верхом из натуральной кожи приходилось меньше половины. Тем временем продажи обуви росли в России ежегодно на 10–15%, в то время как внутреннее производство оставалось на одном уровне, снизившись до 10% общих продаж. Остальные 90% потребления удовлетворялись за счет импорта, который продолжал доминировать на внутреннем рынке.

Завышенная импортная пошлина привела к дезорганизации внутреннего рынка обуви, к уходу значительной части импорта в «серую» сферу. После 1996 г., согласно таможенным данным, официально регистриру-

## РЫНОК ОБУВИ В РОССИИ

	2005	2006	2007	2008 (оценка)
<b>Потребление</b>				
млн пар <sup>1</sup>	400	446	520	560
млрд руб <sup>2</sup> .	187,8	232,9	289,6	320
<b>Легальное производство, млн пар</b>	47,1	57,3	54,2	55
в т.ч. кожаная обувь	21,2	23	23,7	23
<b>Доля отечественного товара в потреблении,<sup>3</sup> %</b>	10	11,2	9,0	8,4
<b>Фактические продажи импортной обуви, млн пар</b>	67,5	106,6	199,3	225,0
<b>Импорт<sup>4</sup></b>				
млн пар	18,4	57,2	116,6	148,2
млн долл.	223,5	772,2	1563,1	2053,2
<b>Доля легального импорта в потреблении, %</b>	16,9	23,9	38,3	9,8
<b>Экспорт<sup>5</sup></b>				
млн пар	7,1	7,1	7,4	7
<b>«Серый» импорт и нелегальное производство,<sup>6</sup> млн пар</b>	285,4	282,2	268,3	291,2
<b>Доля «серого» импорта и нелегального производства в потреблении,<sup>6</sup> %</b>	71,4	63,2	51,6	52

1. По данным ОАО «Рослегпром». 2. По данным Росстата. 3. Исключая экспорт. 4. По данным ФТС. 5. С учетом поставок в Белоруссию. 6. Экспертная оценка.

емый импорт обуви снизился почти в 4,5 раза. Между тем количество продаваемой обуви на рынке не сократилось, потребность в ней не уменьшилась. Законы рынка имеют объективный характер: если есть спрос, то будет и предложение.

В 2006 г. пошлины для кожаной обуви были снижены до 10%, но не менее 1,8 евро за пару для обуви стоимостью выше 15 евро, а для обуви дешевле 15 евро была установлена пошлина в размере 2 евро за пару. Это привело к позитивным изменениям на рынке, к легализации значительной части оборота. За три последующих года официальный импорт обуви увеличился в десять раз, в результате чего общие поступления в бюджет выросли дополнительно на 800 млн долл. Импортерам стало выгоднее работать легально и производить все платежи в полном объеме.

Доля нелегального импорта в потреблении сократилась с 75% в 2005 г. до 45%, а размер ввоза, согласно таможенной статистике, вернулся к показателю 1996 г. – 130 млн пар. Таким образом из-за повышения пошлины в 1996 г. бюджет за 10 лет потерял несколько миллиардов долларов. При этом производство кожаной обуви в 2008 г. осталось на уровне 1996 г. и составило всего 23 млн пар, т. е. около 5% от потребления.

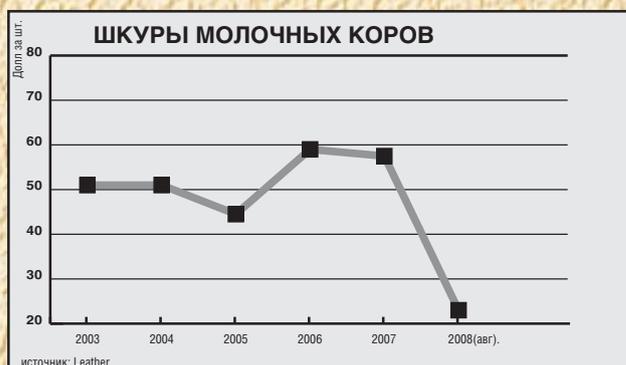
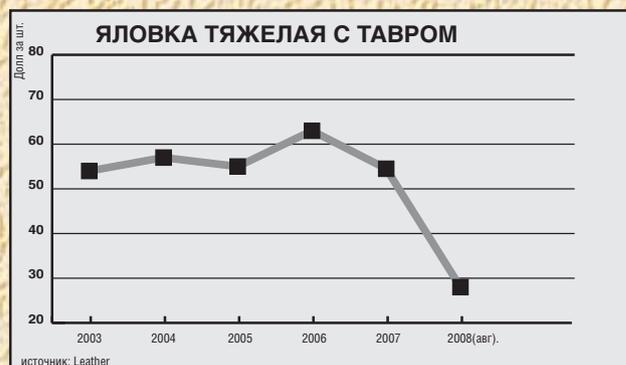
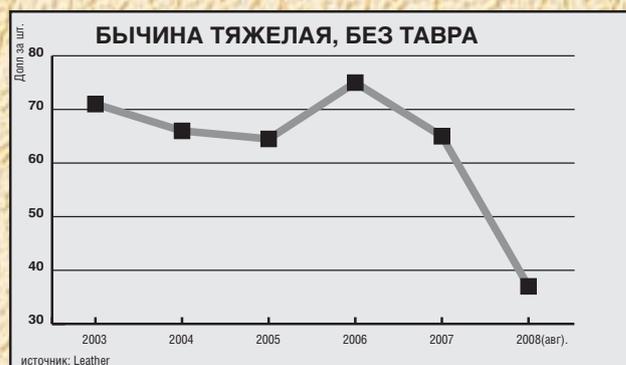
Вместе с тем, ныне действующий уровень пошлин на обувь нельзя назвать низким. Суммарный платеж при импорте обуви с НДС достигает, по данным Национального обувного союза, 35–90% от стоимости пары, детской обуви – 44%. Средневзвешенная пошлина на обувь составляет в настоящее время 20,3%, что почти вдвое превышает средний уровень пошлины по всем товарам (11,5%, по данным ФТС). Действующие ввозные таможенные пошлины на обувь значительно выше обязательств России, принятых на переговорах о присоединении к ВТО.

Мировой опыт показывает, что превышение 10% барьера ввозной пошлины приводит к недостоверному декларированию импортерами. В качестве примера можно сослаться на опыт Европы, в которой два года назад повысили пошлину на импорт кожаной обуви из Китая до 16%. В результате ввоз из Китая снизился на 25%, но одновременно более чем на 1000% выросли поставки из Макао, Бангладеш и Малайзии.

Никто не подвергает сомнению необходимость поддержки отечественного конкурентоспособного производителя и содействия расширению производства товаров в России. Однако в сложившихся условиях добиться увеличения отечественного производства обуви путем повышения пошлины на импорт не удастся. Как показала практика предыдущих пятнадцати лет, высокие таможенные пошлины не выполняют функцию защиты внутреннего производителя и катализатора расширения производства. Они только усиливают стагнацию рынка, ведут к потерям бюджета, способствуют коррупции и контрабанде, оказывающим основное конкурентное давление на отечественного производителя.

Проблемы обувной отрасли заключены в ней самой, в ее техническом оснащении и организации производства. Значительная часть мощностей в отрасли морально и физически устарели, не хватает финансовых средств для замены выбывающих в связи с изношенно-

## ДИНАМИКА ЦЕН НА КОЖЕВЕННОЕ СЫРЬЕ В США В 2003–2008 ГГ.



На конец года, фоб, долл. за шт.

стью машин, высока загруженность производственных мощностей, составляющая, по данным Росстата, около 80%. Все это приводит к низкой производительности труда, высоким издержкам производства, неудовлетворительному качеству продукции.

Решать проблему развития внутреннего производства обуви необходимо в рамках комплексной программы. Она должна предусмотреть источники финансирования для модернизации мощностей, возможно, особые налоговые условия, развитие специальной инфраструктуры, вовлечение производства обуви в особые экономические зоны, привлечение иностранного капитала и технологий. Только такой путь позволил бы создать конкурентоспособное производство качественной обуви и повысить удельный вес отечественных производителей на российском рынке.

# «МосШуз» в преддверии осени

Несмотря на общий спад потребительской активности, обувь всегда остается товаром первой необходимости. Поэтому 40-я Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МосШуз» обещает порадовать закупщиков и модных дизайнеров новыми интересными коллекциями. Выставка пройдет с 15 по 18 июня в третьем павильоне МВЦ «Крокус Экспо».

Этим летом «МосШуз» представит на суд посетителей весь ценовой ряд обуви: от массового сегмента до эксклюзивных бутиковых коллекций. «МосШуз» входит в пятерку крупнейших мировых выставок обуви, но в отличие от других она проводится 4 раза в году. В международном выставочном графике «МосШуз» следует за европейскими выставками GDS и MISCAM. Не уступая им в масштабах и уровне организации, «МосШуз» представляет больше возможностей для отечественных обувных компаний.

Не секрет, что продукция российских предприятий составляет всего 10% от совокупного объема продаж обуви на территории России. Остальной товар принадлежит иностранным компаниям. Основным поставщиком обуви является Китай, на который приходится 70–80% официального импорта обуви, около 9% обуви поступает из Турции, и только 2% – из Италии. Среди ближних соседей наиболее крупным поставщиком является Белоруссия, на которую приходится 3–5% импорта.

Отечественное производство испытывает острый дефицит в квалифицированных кадрах, не хватает материалов, комплектующих изделий, оборудования и, конечно, финансирования. Получить помощь без эффективной рекламы своих возможностей трудно, а на выставке российские компании могут обмениваться опытом, образцами продукции, завязывать знакомства, провести деловые переговоры. Сейчас возникли трудности и с посещением иностранных выставок из-за вынужденного сокращения издер-

жек на маркетинговые исследования и развитие компаний. В условиях дефицита бюджетов выставка «МосШуз» для российских производителей – хорошая альтернатива дорогим заграничным поездкам. «МосШуз» активно сотрудничает с регионами и расширяет сеть своих выставок. Например, совсем недавно «МосШуз» приросла новой региональной выставкой «МосШуз – Сибирь» на территории Междуна-

также продвижение раздела дизайнерской обуви.

Выставка «МосШуз» носит деловой (B2B) формат и неизменно привлекает не только ведущих игроков отрасли, но и новичков. Такая открытая организация выставки выявляет самых талантливых участников, создает творческую атмосферу общения.

Кроме интереснейшей экспозиции и деловой программы, в рамках «МосШуз» проходят международные

## По материалам исследования компании ABARUS Market Research доля российских предприятий в мировом производстве обуви в 2008 г. составила 0,3%

родного выставочного центра «Сибирская ярмарка» и не собирается на этом останавливаться.

Для знатоков и профессионалов закупка и формирование новых коллекций – настоящий творческий процесс. И на «МосШуз» они могут реализовать свой талант в полной мере. Ведь закупщикам и дизайнерам нужно не просто сформировать коллекцию, но и подобрать подходящие аксессуары: сумки, ремни, перчатки. Поэтому в планах организаторов «МосШуз» значительное увеличение раздела аксессуаров и сумок, а

конкурсы дизайнеров обуви и аксессуаров. «МосШуз» активно сотрудничает с выставочными компаниями – организаторами национальных разделов, а также с Национальным обувным союзом России, Московским государственным университетом дизайна и технологии, обувными союзами Германии, Франции, Испании, Турции, Бразилии и других стран.

Общая площадь экспозиции «МосШуз» превышает 16 тыс. кв. м, на которой размещают свои стенды более 400 экспонентов.

Елена КРЕМЕНЕЦКАЯ



## Обувь, кожа, мех

Выставка, Организатор	Время проведения	Место проведения	Контакты
<b>ACCESSOIRES DE MODE</b> Comexposium	30.04–10.05.2009	Франция Париж	www.comexposium.com; info@comexposium.com тел.: +33 (0)1 49 68 51 00; факс: +33 (0)1 49 68 54 49
<b>CANTON SF</b> Donnor Exhibition Co. Ltd	3–7.05.2009	Китай Гуаньчжоу	www.donnor.com; info@donnor.com тел.: +86-577-88905185; факс: +86-577-88905178
<b>GUANGZHOU LEATHER, SHOE MATERIALS, BAGS ACCESSORIES EXPO</b> Donnor Exhibition Co. Ltd	3–7.05.2009	Китай Гуаньчжоу	www.donnor.com; info@donnor.com тел.: +86-577-88905185; факс: +86-577-88905178
<b>NAFFEM</b> Conseil canadien de la fourrure - Fur Council of Canada	3–6.05.2009	Канада Монреаль	www.furcouncil.com; info@furcouncil.com тел.: +1 (514) 844-1945; факс: +1 (514) 844-8593
<b>CHINA SHOES DONGGUAN</b> Adsale Exhibition Services Ltd.	5–7.05.2009	Китай Гуандонг	www.adsale.com.hk; exhibition@adsale.com.hk тел.: +852 2811 8897; факс: +852 2516 5024
<b>ISTANBUL LEATHER FASHION FAIR</b> Tuyap Fairs and Exhibitions Organization Inc.	14–16.05.2009	Турция Стамбул	www.tuyap.com.tr; sales@tuyap.com.tr тел.: +90 (212) 867 11 00; факс: +90 (212) 866 93 99
<b>LESHOW MOSCOW</b> Выставочная компания «Тюркель»	27–29.05.2009	Россия Москва	www.turkelmoscow.ru; turkel@turkelmoscow.ru тел./факс: +7 (495) 663-23-74, 663-23-76
<b>AVANTEX</b> Messe Frankfurt GmbH	16–18.06.2009	Германия Франкфурт-на-Майне	www.messefrankfurt.ru; info@messefrankfurt.ru тел./факс: +7 (495) 721-1058; факс: +7 (495) 783-2326
<b>MEXA</b> Ост-Вест-Партнер ГмбХ (Ost-West-Partner GmbH)	24–26.06.2009	Россия Москва	www.owp-tradefairs.com; owpmow@dialup.ptt.ru тел.: +7(495) 967-0461; факс: +7(495) 967-0462
<b>AYAKKABI</b> Izfas	Июль 2009	Турция Измир	www.izmirfair.com.tr; info@izmirfair.com.tr тел.: +90 (232) 482 12 70; факс: +90 (232) 445 2579
<b>ANPIC GUADALAJARA</b> ANPIC A.C.	4–6.07.2009	Мексика Гвадалахара	www.anpic.com; anpic@anpic.com тел.: +52 (477) 710 7200; факс +52 (477) 711 2139
<b>SHOE AND BAG FAIR</b> Helsinki Fair Ltd Wanha Satama	Август 2009	Финляндия Хельсинки	www.wanhasatama.com; info@wanhasatama.com тел.: +358 (0)9 173 341; +358 (0)9 1733 4444
<b>BIFF &amp; BIL</b> Thai Trade Fair	9–12.08.2009	Таиланд Бангкок	www.thaitradefair.com; tiff@depthai.go.th тел.: +66 (02) 511 6020; факс: +66 (02) 511 6008 10
<b>LESHOW KAZAKHSTAN</b> Выставочная компания «Тюркель»	20–22.08.2009	Казахстан Алма-Ата	www.turkelmoscow.ru; turkel@turkelmoscow.ru тел./факс: +7 (495) 663-23-74, 663-23-76
<b>MUNICH FABRIC START</b> Messe Munchen	1–3.09.2009	Германия Мюнхен	www.messe-muenchen.ru; info@messe.mawy.de тел.: +49 (89) 452 2470; факс: +49 (89) 452 24722
<b>ACCESSOIRE AVENUE</b> Midec	Сентябрь 2009	Франция Париж	www.ff-marroquinerie.fr; accessoireavenue@wanadoo.fr тел.: +33 (0)1 42 44 22 44; факс: +33 (0)1 42 44 22 45
<b>LESHOW KIEV</b> Выставочная компания «Тюркель»	2–4.09.2009	Украина Киев	www.turkelmoscow.ru; turkel@turkelmoscow.ru тел./факс: +7 (495) 663-23-74, 663-23-76
<b>ALL CHINA LEATHER EXHIBITION</b> APLF (Asia Pacific Leather Fair Ltd.)	2–4.09.2009	Китай Шанхай	www.aplf.com; info@aplf.com тел.: +852 2827 6211; факс: +852 2827 7831
<b>I.L.M. Offenbach Winter Styles</b> Messe Offenbach GmbH	Сентябрь 2009	Германия Оффенбах	www.messe-offenbach.de; info@messe-offenbach.de тел. +49-69-829755-0; факс +49-69-829755-60»
<b>ANTEPRIMA</b> Anteprima-Trend Selection	Сентябрь 2009	Италия Милан	www.trendselection.com; trend@trendselection.com тел. +39-02-8807711; факс +39-02-860032
<b>LE SALON DE LA CHAUSSURE MIDEDEC</b> MIDEDEC	5–7.09.2009	Франция Париж	www.midec.com; info@midec.com тел. +33 (0)1 42 44 22 44; факс +33 (0)1 42 44 22 45
<b>AUSTRALIAN SHOE FAIR - MELBOURNE</b> AEC (Australian Exhibitions & Conferences Pty Ltd.)	13–15.09.2009	Австралия Мельбурн	www.aec.net.au; mail@aec.net.au тел.: +613 9654 7773; факс: +613 9654 5596
<b>LE CUIR A PARIS</b> Premiere Vision	15 – 18.09.2009	Франция Париж	www.premierevision.fr; info@premierevision.fr тел. +33 (0)4 72 60 65 00; факс +33 (0)4 72 60 65 09
<b>MIFUR</b> Fiera Milano International S.p.A.	16–19.09.2009	Италия Милан	www.fieramilano.com; fieramilano@fieramilano.it тел. +39 (02) 49971; факс +39 (02) 49977963
<b>MIPEL</b> Fiera Milano International S.p.A.	16–19.09.2009	Италия Милан	www.fieramilano.com; fieramilano@fieramilano.it «тел. +39 (02) 49971; факс +39 (02) 49977963
<b>ALL CHINA SHOE-TECH</b> Donnor Exhibition Co. Ltd	24–26.09.2009	Китай Венджоу	www.donnor.com; info@donnor.com тел.: +86-577-88905185; факс: +86-577-88905178
<b>UNIJATEX - LEATHER</b> Belgrade Fair	8–10.10.2009	Сербия Белград	www.begfair.com; info@sajam.co.yu тел.: +381 11 361 8001; факс: +381 11 655 625
<b>SIMAC</b> Bologna Fiere	13–15.10.2009	Италия Болонья	www.bolognafiere.it; bolognafiere@bolognafiere.it тел.: +39 (0)5 12 82 111; факс: +39 (0)5 12 82 332
<b>MODA &amp; TEXTILE EXPO KAZAKHSTAN</b> Iteca, ITE Group Plc	2–4.11.2009	Казахстан Алма-Ата	www.iteca.kz; astana@iteca.kz; www.ite-exhibitions.com; enquiry@ite-exhibitions.com, тел.: +7 3272 583434; факс: +7 3272 583444
<b>FOOT WEAR EXPO DUBAI</b> Orange Fairs & Events	Декабрь 2009	ОАЭ Дубай	www.orangeairs.com; orangex@eim.ae тел.: +971 4 2988144; +971 4 2987886
<b>SHOE &amp; LEATHER FAIR MIDDLE EAST</b> ADNPEC (Abu Dhabi National Exhibitions Company)	7–9.12.2009	ОАЭ Абу-Даби	www.adnec.ae; feedback@adnec.ae тел.: +971 (2) 444 6900; факс: +971 (2) 444 6135
<b>IILF - INDIA INTERNATIONAL LEATHER FAIR</b> ITPO (India Trade Promotion Organisation)	Январь 2010	Индия Нью-Дели	www.indiatradefair.com; info@itpo-online.com тел.: +91 11 3371540; факс: +91 11 3318142
<b>FUR FAIR CHINA</b> Sunny Advertising and Exhibition Co., Ltd.	Январь 2010	Китай Пекин	www.fur-fair.com; pressoffice@iff.com тел.: +86-10-64209183; факс: +86-10-64283382
<b>COUROMODA</b> Couromoda Feiras Comerciais	Январь 2010	Бразилия Сан-Паулу	www.couromoda.com; couromoda@couromoda.com.br тел.: +55 (11) 3897 6100; факс: +55 (11) 3897 6161
<b>INTERMASZ</b> Poznan International Fair	2–4.03.2010	Польша Познань	www.mtp.pl; info@mtp.pl тел.: +48 61 869 2000; факс: +48 61 869 2999

# Так победим!

Министерство промышленности и торговли, Федеральная таможенная служба и МВД объединяются для борьбы с контрафактом и контрабандой в легкой промышленности.

**В** проекте работы объединенной комиссии по защите и развитию легкой промышленности – усиление контроля за ввозимой в Россию продукцией и разработка проектов законов, направленных на ужесточение ответственности за производство, реализацию и ввоз контрафактных и поддельных товаров легкой промышленности. Кроме того, в текущем году комиссия планирует подписать двухсторонние соглашения о совместном мониторинге экспорта товаров легкой промышленности с самыми крупными поставщиками «серого» и «черного» импорта – Китаем, Турцией, Индией и Польшей.

О необходимости борьбы с контрафактом и контрабандой текстильной продукции заговорили в июне 2008 г. на заседании Президиума Госсовета, который прошел в одном из центров отрасли – городе Иваново. «Я жду от таможенных органов и от правоохранительных служб конкретные предложения по исправлению ситуации. С серым и черным импортом нужно заканчивать», – заявил президент Дмитрий Медведев.

По статистике, на российском рынке товаров легкой промышленности лишь 23,2% приходится на долю отечественных производителей, на официальный импорт –

27,1%. «Остальные 49,7% составляют товары теневого производства или незаконно ввезенные на территорию России, в основном китайского и турецкого производства. Из-под налогов выводится почти 650 млрд рублей», – сообщил первый зампред правительства Ивановской области Павел Коньков.

«В условиях кризиса спрос на контрафактную продукцию в нашей отрасли может сильно возрасти: она более дешевая, а сейчас предприятия стараются экономить на всем, – считает генеральный директор группы компаний «Восток-сервис» Сергей Ширяев – Это ударит не только по отечественным производителям и легальным импортерам. Опасность еще и в том, что качество поддельной спецодежды, например, не просто ниже, а не соответствует ГОСТам, что чревато несчастными случаями на производствах».

В декабре 2008 г. при обсуждении Стратегии развития легкой промышленности до 2020 г. начальник отдела развития легкой промышленности Минпромторга Сергей Шумилин заявлял, что при проработке мер таможенно-тарифной политики «план действий будет определяться следующей формулой: на ввоз оборудования и сырьевых

ресурсов, не производимых в России, ставка должна быть равна нулю, а на ввоз готовой продукции в Россию изменения должны происходить только с учетом интересов российских товаропроизводителей и интересов бизнеса».

«Вряд ли стоит закрывать границы для импорта: есть масса зарубежных производителей, качество товаров которых отвечает всем требованиям и которые мы успешно импортируем. Поэтому со стороны государства необходим скорее более жесткий контроль за качеством того товара, который идет в страну. И заниматься этим может не только ФТС, МВД, но и, например, Ростехнадзор или Роструд, как в нашем случае, при проверке охраны труда на предприятиях», – отметил Сергей Ширяев. Однако первый зампред правительства Ивановской области все же приоритет хотел бы отдать простому и надежному средству: «Нужны и протекционистские меры по защите текстильного внутреннего рынка за счет внедрения заградительных таможенных пошлин при импорте текстильной продукции».

*Использованы материалы сайта [www.tks.ru](http://www.tks.ru)*



# 7-я Международная выставка „Охота. Рыбалка. Отдых”



**Охота**  
**рыбалка** **отдых**  
**ОСЕНЬ 2009**  
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

**1-4 октября 2009 года**  
**МВЦ «Крокус Экспо»**

The 7<sup>th</sup> INTERNATIONAL EXHIBITION | AUTUMN  
WELCOME to Safari Expo-2009

Организаторы:

 **КРОКУС ЭКСПО**

Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»:  
143400, Московская область, г. Красногорск  
п/о Красногорск, а/я 92  
65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)  
Тел.: (495) 727-2526, 727-2588  
e-mail: safari@crocus-off.ru  
www.safariexpo.ru



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



Совет Федерации и  
Государственная Дума  
Федерального собрания РФ

Партнер:



При поддержке:



Ассоциация  
«Росохотрыболовсоюз»

Генеральный  
информационный  
спонсор:

**МК** МОСКОВСКИЙ  
КОМСОМОЛЕЦ

Информационный  
партнер  
МВЦ «Крокус Экспо»:



Реклама на территории и на сайте МВЦ «Крокус Экспо»: тел.: (495) 727-2639, [www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)  
Аренда конференц-залов и презентационного оборудования: тел.: (495) 727-2593, 727-2615

# Россия остается меховой державой

Меха во все времена считались признаком богатства и роскоши. Дама в меховой шубке – это совсем не то, что женщина в драповом пальто. Между тем в последние десятилетия меховые изделия перестали быть принадлежностью избранных, в норку облачились все. Однако сливки с этого «мехового бума» снимают отнюдь не отечественные производители. О том, как обстоят дела в российской меховой отрасли, «БиВ» беседует с исполнительным директором некоммерческой организации «Союз меховщиков» Борисом ГОЙФМАНОМ.

**ВВ** Борис Григорьевич, в каком состоянии сегодня находится меховой рынок России?

– По оценкам Международной федерации торговли мехом (IGTF), меховой рынок России является крупнейшим в мире. Объем розничной продажи мехов и меховых изделий в 2007 г., по данным Росстата, составил 65,1 млрд руб. (2,7 млрд долл.). В 2008 г. продажи по сравнению с предыдущим годом увеличились на 18% и составили 77,3 млрд руб. Это при том, что основной объем продаж пришелся на начало кризиса.

Названные цифры – это официальная статистика, эксперты же оценки предполагают, что фактический объем продаж, как минимум, на 30% выше.

**ВВ** Какова структура розничных продаж? Что лежит на полках и висит на вешалках в магазинах?

– Розничные продажи – это розничная цена отечественных и импортных товаров, произведенных и поступивших в текущем году (без учета товарных остатков). Исходя из этого, нетрудно, используя данные Росстата и Федеральной таможенной службы России о производстве и импорте меховых изделий, определить денежное выражение этих составляющих. Полученные данные исключительно интересны. Меховых из-

делий в денежном выражении в 2007 г. было продано в 6 раз больше, чем произведено (5,5 млрд руб. в розничных ценах) и импортировано (11,5 млрд руб. в розничных ценах).

Аналогичная картина наблюдалась и в предыдущие годы.

Объяснить это можно только наличием неучтенного производства и неучтенного импорта.

Оценка этих составляющих показывает, что продукция неучтенного производства в объеме продаж составляет 20–22%, а неучтенного импорта – 55–57%.

Несмотря на отдельные шаги, предпринимаемые властью, неучтенное производство (в значительной мере «теневое») и неучтенный импорт занимают подавляющую часть мехового рынка России.

**ВВ** А кто поставляет меха на российский рынок?

– Основным экспортером в РФ овчинных меховых изделий является Турция, (72% от общего объема ввоза в 2008 г.), меховых изделий из норки – Китай и Греция (соответственно 46% и 25%), из кролика – Китай (64%).

Всего в 2008 г. импорт предметов одежды из различных видов меха, по данным ФТС, составил 897,4 т на сумму свыше 183 млн долл., что превышает соответствующие показатели 2007 г. на 17% и 57%.

**ВВ** Удовлетворяет ли меховщиков таможенно-тарифная политика государства в отношении меховых изделий?

– Если большая часть меховых изделий, поступающих в РФ, не проходит таможенного оформления, то это свидетельствует об отсутствии какой-либо внятной таможенно-тарифной политики. Но вообще-то этот вопрос более широкий, он не должен сводиться только к установлению ввозных пошлин на меховое сырье, полуфабрикат и готовые изделия.

Данные ФТС говорят о том, что за последние три года объем учитываемого импорта растет. Несомненно, в определенной мере это связано с Постановлением Правительства РФ от 15.08.07 № 518 «О временных ставках ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов одежды из натурального меха». Постановлением Правительства РФ от 2 июня 2008 г. № 422 срок его действия продлен еще на 9 месяцев.

Однако это постановление не решило другую проблему, связанную с импортом меховых изделий, а именно – занижение контрактной цены импортируемых изделий. Так, например, средняя контрактная цена одного пальто из шкурок норки в течение последних лет составляет 400 долл., т.е. меньше, чем стоимость

сырья, необходимого для его изготовления.

**БВ** Можно ли говорить о том, что россияне перестали носить русский мех?

– Нет, говорить о том, что мы перестали носить отечественные меховые изделия, не корректно. Сегодня отечественная промышленность не в состоянии обеспечить постоянно растущий покупательский спрос во всех сегментах рынка. В производстве некоторых изделий, например пальто из шкурки норки, мы отстали и технически, и технологически. А вот в производстве женских пальто из облагороженной овчины мы пока сохраняем свои позиции как в качественном, так и в количественном отношении. Довольно уверенно чувствуют себя отечественные производители и в секторе меховых головных уборов.

**БВ** Что, по мнению Союза меховщиков, следует предпринять в первую очередь для решения проблем отрасли и возвращения России статуса «великой меховой державы»?

– Этот вопрос не следует рассматривать в отрыве от состояния дел в легкой промышленности России в целом. Практически на всех уровнях оно признается крайне неудовлетворительным. Доля отечественной легкой промышленности в ВВП около 1% говорит сама за себя.

Для изменения ситуации необходимо от деклараций о намерениях и отдельных решений, полезных, но не оказывающих существенного влияния на общее положение дел в отрасли, перейти к системным масштабным действиям, которые бы позволили в кратчайшие сроки решить следующие вопросы: защитить внутренний рынок от незаконного оборота товаров; осуществить техническое переоснащение предприятий; создать благоприятные условия для развития отечественной сырьевой базы для отрасли.

Что же до «великой меховой державы»... Что под этим понимать? Если говорить об объемах мехового рынка, то Россия была и остается таковой. Если мы имеем в виду отечественное производство, то для его восстановления и модернизации потребуются годы упор-

Некоммерческая организация «Союз меховщиков» была создана по инициативе ведущих предприятий меховой промышленности в 2005 г. В настоящее время членами Союза являются около сорока предприятий.

Основными целями и задачами Союза являются: представление и защита прав и интересов членов Союза в органах законодательной и исполнительной власти; участие в разработке и реализации федеральных и региональных целевых проектов и программ в области производства меховой продукции; участие в разработке проектов, направленных на противодействие обороту фальсифицированной, некачественной и контрафактной продукции на территории РФ; участие в выставках и конкурсах меховых изделий; информационная поддержка членов Союза.

ного труда при условии, что на законодательном уровне будут созданы для этого необходимые предпосылки. В мировой практике примеров положительного решения аналогичных задач достаточно много.

Беседовала  
Ирина СКИБИНСКАЯ



# Швеи нужны всегда



«Дикая Орхидея» объединяет сегодня розничные магазины женского и мужского белья в высоком и среднем ценовых сегментах. Недавно она запустила проект недорогого белья «Дефиле», линию купальников и домашней одежды. Значительную часть своей продукции компания изготавливает в России. О том, какова сейчас ситуация в розничной торговле бельем и о влиянии кризиса на бизнес компании корреспонденту «БиВ» рассказала директор по производству «Дикой Орхидеи» Татьяна ЛЬВОВА.

**ВВ** Татьяна, какова экономическая ситуация на рынке нижнего белья на сегодняшний день?



— Понятно, что в любом секторе розничной торговли модными товарами сейчас идет спад. Точную цифру назвать сложно, но это падение ощущают все. Осенью мы тоже почувствовали замедление темпов роста продаж, а с февраля месяца и падение — ведь модное белье не является предметом первой необходимости. Это не тот товар, в который в условиях девальвации люди будут вкладывать деньги. Сокращение

продаж в первую очередь мы наблюдаем в люксовом сегменте дорогого белья. Наш бренд «Дефиле», напротив, показывает хорошие результаты.

**ВВ** Как рост цен на импортные материалы отражается на себестоимости вашего товара?

— Если говорить об импорте готового товара, то за счет девальвации закупочная цена всего продукта в рублях, разумеется, увеличивается. В себестоимости нашего товара доля импорта составляет 35%. Поэтому в данный момент развитие собственного производства становится особенно привлекательным. Это выражается как в увеличении выпуска, так и в запуске новых брендов и новой линии продукции.

**ВВ** В последнее время активно обсуждается вопрос о повышении таможенных пошлин на ввозимую готовую продукцию и материалы. Как вы к этому относитесь?

— Повышение пошлин, как правило, вызвано желанием поддержать отечественного производителя. Поэтому подобные меры усложняют жизнь всем.

Снижение пошлин на материалы по отношению к готовой продукции может помочь производителю, но это краткосрочное решение проблемы. Нужно развивать культуру производства в нашей стране, повышать престиж рабочих специальностей.

**ВВ** У вас были сокращения рабочих мест?



– Да, мы проводили сокращения в ноябре. Мы полностью сократили подразделение, которое занималось строительством новых магазинов. Это направление сейчас не актуально. Также сократили небольшой процент офисных сотрудников. Однако рабочих на производстве это не коснулось. Наоборот, мы набираем новых швей. Ведь изготовление красивого, качественного белья – процесс трудоемкий. Его невозможно автоматизировать. Нашему производству всегда нужны руки, которые умеют шить.

**ВВ** Каковы планы компании на ближайшее будущее?

– В этом году мы планируем существенно увеличить выпуск производимой нами продукции, планируем также вывести на рынок несколько новых брендов в разной ценовой категории. В рознице мы представлены в различных ценовых нишах. Это дает нам возможность гибко реагировать на изменения спроса.

**ВВ** Собираетесь пробовать новые направления?

– Совсем недавно, в конце 2008 г., мы начали производить домашнюю одежду, а прошлым летом выпустили на пробу две линии купальников на нашей производственной площадке в д. Гольево. В следующем году расширение ассортимента продолжится.

**ВВ** Расскажите о вашем участии в выставочной деятельности. В каких выставках вы участвуете?

– Мы участвуем во всех выставках только в качестве посетителей. Ведь у нас собственные сети для распространения, поэтому посредники и профессиональные байеры нам не нужны. Тем не менее, мы очень внимательно следим за новинками в области производства белья, оборудования и появлением новых тканей. Обязательно посещаем выставки нижнего белья

Interfiliere и Mode City, которые проходят в Париже. Периодически бываем на выставке Canton Fair в Китае. Там достаточно широкие предложения по материалам. Недавно на ВВЦ посетили «Текстильлегпром». В апреле поедем на выставку оборудования ИМВ в Германию.

**ВВ** В чем отличие российских выставок от иностранных?

– Мне кажется, что на отечественных выставках все еще страдает организация. Например, на ВВЦ было сложно найти нужный павильон – они располагаются слишком далеко друг от друга. А вот внутри, наоборот, очень узкие проходы. Особенно в павильоне, отведен-

ном под нижнее белье. В Европе такого нет. Зато посетителей в этом году на выставке ВВЦ было больше, чем на зарубежных выставках. Наверное, в связи с кризисом.

**ВВ** А состав экспонентов изменился?

– На выставке «Текстильлегпром» было мало европейских марок, а на иностранных выставках – российских экспонентов. Видимо, глобальный кризис способствует тому, что компании отдают предпочтение выставкам на территории собственной страны.

Беседовала Ольга СТАРКОВА



# Выставки кожи и меха в мире



Китайская выставка меха и кожи China Fur & Leather Products Fair проходит ежегодно в середине января в Пекине. В настоящее время Китай стал крупным производителем и экспортером меховых изделий и меховым рынком с огромным потенциалом. На выставке China Fur & Leather Products Fair, основанной в 1975 г., свою продукцию показывают экспоненты из 15 стран мира, в том числе Китая, Дании, Финляндии, Австралии, Англии, США, Германии, Испании, Италии.



Выставка Le Cuir проходит в Париже 2 раза в год (в сентябре и в феврале) в выставочном центре Paris-Nord. Она выносит на суд взыскательной французской публики продукцию и сырье только самого высокого качества, которые используются ведущими домами моды в создании коллекций готовой модной одежды (prêt-à-porter). Основные категории продукции, представленные на выставке Le Cuir: изделия из кожи и меха, кожаная обработка, обувь, машины для обработки кожи.



Миланская выставка AntePrima ведет свою историю с 1999 года. Она проходит каждый год в Милане в выставочном центре Fieramilano-city в конце марта и в конце сентя-

бря. Участие в экспозиции AntePrima - прекрасная возможность для ведущих производителей кожи, кожаной одежды, искусственных материалов, аксессуаров для обуви и кожи встретиться и обменяться опытом и новыми идеями. В основном выставку посещают дизайнеры и законодатели высокой моды, которые готовятся к предстоящему модному сезону.



Обувная выставка Le Salon de la Chaussure MIDEDEC была основана в 1984 г. и с тех пор дважды в год проходит в парижском выставочном центре Paris - Porte de Versailles. В ней принимают участие около 200 экспонентов. Кроме обуви, в рамках экспозиции можно увидеть женскую, мужскую, детскую и спортивную одежду. Выставка открыта для всех, количество посетителей в 2008 г. превысило 11 тыс. человек.



Международная выставка кожи и меха MIFUR была организована в 1998 г. В отличие от большинства выставок кожи и меха, она собирается один раз в год в начале марта в итальянском выставочном центре Fieramilano. Здесь определяются направления моды на ближайший сезон, так как на Италию ориентируются другие страны-производители меховой одежды. Визитной карточкой выставки стало не только прекрасное качество представляемой продукции, но и средоточие всего самого необычного в сегмент-

нашней меховой моде. В 2008 г. на площади 23 тыс. кв. м выставлялись 286 экспонентов. Компании со всего мира предлагали коллекции изделий из меха, аксессуары, меховые полуфабрикаты, кожи, а также все товары и услуги, связанные с меховым бизнесом. Эксклюзивные коллекции и образцы высокой моды выносились на отдельные показы.



Одновременно с MIFUR проходит весенняя международная выставка изделий из кожи MIPEL. Она проходит в Милане дважды в год - как и другие выставки данной тематики, в марте и сентябре. С 1962 г. она представляет разнообразные товары из кожи, ткани и альтернативных материалов для всех времен года: кожаную одежду и аксессуары, дорожные, спортивные, повседневные и вечерние сумки, обувь, перчатки, зонты и многое другое.



В это же время разворачивается и одна из авторитетнейших международных обувных выставок - MICAM. Она была основана в 1969 г. с целью поддержки и продвижения местных производителей обуви. В настоящее время участие в выставке принимают как крупные и хорошо известные итальянские компании, так и небольшие фирмы и заводы. Во время работы выставки профессиональные посетители могут присутствовать на модных показах и участвовать в семинарах и мастер-классах от ведущих произ-

водителей обуви. В настоящее время MICAM собирает более 30 тыс. посетителей.



Традиционно выставка Fair of Shoes, Leather and Leather Goods проходит в выставочном центре Познани (Польша) в начале сентября. Основными группами товаров, представленными на выставке, являются обувь, кожгалантерея, кожа, аксессуары и оборудование. В выставке принимают участие лидеры обувной и кожевенной отраслей Польши. В прошлом году ярмарку посетили около 9 тыс. человек, были представлены 284 компании из 17 стран.



Международная выставка кожаных и меховых изделий ILM проходит в выставочном центре Оффен-

баху в Германии два раза в год: ILM Winter Styles в конце марта и ILM Summer Style в конце сентября. Свою продукцию представляют модельные дома и известные всему миру модельные бренды из разных стран, в том числе Бельгии, Китая, Дании, Германии, Франции, Великобритании, Турции. Выставка ILM – это не только показы коллекций домов моды, но и конференции, на которых обсуждаются прогнозы и тенденции в меховой и кожевенной отрасли. Выставка проводится только для бизнесменов и торговых представителей.



В выставочном центре Болоньи (Италия) в середине октября ежегодно открывает свои двери Международная выставка оборудования и технологий для обувной и кожевенной промышленности SIMAC. Она проводится параллельно с международной выставкой кожи, обуви, кожаной одежды

и аксессуаров Liniapelle. Вместе они образуют одно из самых значительных и интересных событий для профессионалов кожевенного и обувного производства. Посетителям эти выставки предоставляют уникальную возможность ознакомиться с последними тенденциями развития отрасли. Участникам – шанс продемонстрировать свою компанию и продукцию широкому кругу специалистов. В прошлом году этой возможностью воспользовались 365 экспонентов из 29 стран мира. Кроме того, выставку посетили официальные делегации из Китая, Египта, Индонезии, Ирана, России, Вьетнама. Выставочная площадь составила 20 тыс. кв. м. На SIMAC представлены оборудование и технологии для производства обуви, товаров из кожи и сопутствующих принадлежностей, компьютерные программы, матрицы, швейные машины, оборудование и инструмент для ремонта обуви, химическая продукция для кожевенной промышленности и т. д.

Надежда КАЛМЫЧКОВА

**BUILD EXPO CITY**

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ СТЕНДЫ      МАХИМА      ADVANTEC

**Проектирование, дизайн  
МОНТАЖ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ И  
СТАНДАРТНЫХ  
ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ**

**727-2612 727-2670**  
**www.buildexpo-city.ru info@buildexpo.ru**

ER ISO 9000

# Неповторимая

«Очаровательная, тонкая, нежная»... «Алчная, хладнокровная, расчетливая»... Это все об одном человеке – основательнице, пожалуй, самого известного Дома высокой моды Габриэль (Коко) Шанель.

## БЕЛОШВЕЙКА ИЗ МУЛЕНА

Меньше всего она походила на сказочную Золушку или на ее более современные варианты – героинь «Дамского счастья» Эмиля Золя и «Джен Эйр» Шарлотты Бронте – двух романов, которые в конце XIX века и женщины, и мужчины читали за поем. Хотя некоторое сходство все-таки было: Габриэль Шанель сумела подняться из самых низов. А это для того времени было не легко. И если бы она вела себя подобно скромным и бескорыстным литературным персонажам, едва ли ей удалось чего-то добиться в жизни.

Девочка родилась 9 августа 1883 г. в провинциальном Сомюре. Ее мать Жанна Деволь была поденщицей, а отец Альбер Шанель – коммивояжером по профессии и волокитой по убеждению. Только через год после появления на свет маленькой Габриэль он согласился оформить брак. На этом он посчитал свои родительские обязанности исчерпанными. Спустя одиннадцать лет мать умерла. Осталась куча детишек, которых Жанна нарожала от красавца и бонвивана Альбера. Они ему были обузой, поэтому беззаботный папаша пристроил сыновей в работники к родственникам, а Габриэль и двух ее сестер отдал в приют при монастыре Обазин.

Училась девочка плохо, была угрюмой и нелюдимой. Особенно ненавидела она уроки кройки и шитья. Парадокс, но будущей королеве моды это ремесло давалось с трудом. Однако монашки были настойчивы, и она сумела настолько овладеть профессией, что, выйдя из приюта, легко нашла работу. Габриэль устроилась швеей в магазин готового платья в заштатном городке Мулен.

Маленькая модистка была хороша собой, и в скором времени у нее появилось немало поклонников среди офицеров кавалерийского полка,

расквартированного в городе. Ее часто приглашали в кафе-шантан «Ротонда», и она даже иногда решалась подняться на сцену, чтобы исполнить какую-нибудь простенькую песенку. Особенно офицерам нравилось, как Габриэль пела популярную тогда Коко-Ри-Ко, за что и получила на всю оставшуюся жизнь прозвище Коко.

Но Габриэль было недостаточно блистать на подмостках захудалого кафе. В один прекрасный день она собрала вещи и уехала на курорт Виши.

Но линии начертанной судьбы изменить сложно. Ее попытка сделать карьеру эст-



**«Я – против моды, которая быстро проходит. Это у меня мужская черта. Не могу видеть, как выбрасывают одежду потому, что пришла весна».**

**Габриэль Шанель**

радной певицы закончилась ничем. Танцы и песни, вызывавшие восторг в сельском Мулене, были ошканы заведомыми ресторанами аристократического Виши. К счастью, ей было куда отступать. Разочарованная и разобиженная, Коко спряталась под крылышко одного из своих поклонников – Этьена Бальсана, который пригласил ее пожить в своем замке Руайо.

Светский образ жизни, который Коко вела в замке, не только позволил ей освоить столь необходимые хорошие манеры, но неожиданно дал возможность укрепить финансовое

положение. Увлечшись верховой ездой, очаровательная белошвейка сшила себе костюм-амазонку, который дополнялся маленькой шляпкой-канотье. У дам, бывавших в Руайо, последняя вызвала такой восторг, что мадемуазель Шанель решила открыть собственную шляпную мастерскую. Понятно, с помощью Бальсана, предоставившего ей для этой цели свою квартиру в Париже.

Кстати, и там она не осталась без поддержки. Ее новое увлечение – английский аристократ Артур Кэпел готов был финансировать проект. В результате в 1910 г. Коко открыла свой знаменитый салон моды «Chanel» на рю Камбон, а через три года — первый филиал в Довиле. Вскоре у нее появился настоящий Дом моделей на фешенебельном курорте Биарриц с коллекциями и платьями по 3 тыс. франков, предназначенными для девушек из высшего общества.

## ГАБРИЭЛЬ ЗАВОЕВЫВАЕТ МИР

Конечно, Габриэль Шанель не имела ничего общего с теми дамами, которые от скуки на деньги мужей и любовников открывают фирмы, издают журналы или содержат салоны. Она была, безусловно, очень талантлива. Иначе ей просто не удалось бы заявить о себе в Париже, который уже целый век считался мировой столицей моды. Журнал «Монденвельт» писал в конце XIX столетия: «Что бы там ни говорили, Париж является тронной резиденцией моды, откуда повелительница рассылает свои приказания...». Экцентричные идеи парижских модельеров подхватывали во всех странах, смягчаясь и перерабатываясь в частностях, они оставались неизменными в генеральной линии.

# КОКО ШАНЕЛЬ

«Резиденцией» творцов моды в Париже был квартал, ограниченный с юга улицей Риволи, с севера – шоссе д'Антенн, с запада – улицей Рояль и улицей Тебу на востоке. Там царствовали все они: Ворт, Пакен, Поль Пуаре, Редферн, Люсьен Лелонг, Жан Пату. Там было королевство искусства моды высшего класса, «высокой моды», как называли узкий блистательный круг авторитетнейших парижских модельеров.

Попасть в него было нелегко. Ведь взыскательным парижским модницам надо было предложить что-то совершенно необычное. И Коко смогла это сделать. Ее простые, элегантные костюмы и платья были так хороши, а главное – столь оригинально смотрелись на ней самой (а она прежде всего шила для себя), что в 1915 г. журнал «Харперс Базар» констатировал: «Женщина, у которой в гардеробе нет хотя бы одной вещи от Шанель, безнадежно отстала от моды».

Габриэль любила активный образ жизни, занималась спортом, и это сказывалось на ее творчестве. Она ненавидела вошедшие тогда в моду зауженные книзу юбки, как и туалеты из тяжелых тканей. Она впервые предложила шить туалеты из легкого, пластичного, мягкого трикотажа – поначалу это было воспринято как нечто чрезвычайно эксцентричное. Позже Габриэль скажет: «Прежде джерси шло только на нижнее белье; я оказала ему честь, сшив из него платья и костюмы». Но революция, совершенная Шанель, не ограничивалась выбором новых материалов. Она настоятельно пыталась избавить женщину от ненужного украшения, от всего, что искажает чистоту линии и мешает легкости движения.

Шанель отстаивала право женщин на комфорт в одежде, который давал свободный крой, подчеркнула торжество стиля в ущерб скованности и вычурной помпезности. Однако больше всего почитательницам творчества Коко нравился ее главный принцип: «Чтобы великолепно



выглядеть, необязательно быть молодой и красивой».

Коко Шанель попала в «свое» время: Первая мировая война изменила отношение к одежде и к моде. Она перестала быть уделом аристократии и буржуа. Dernier cri («последний крик моды») перестал быть уделом избранных, его услышали миллионы людей. Дома высокой моды превращались в головные институты швейной промышленности, а рафинированные кутюрье учились жестоким законам экономики. Неизвестно, какие очертания получила бы в будущем империя Коко Шанель, не встреть она на своем пути великого князя Дмитрия Павловича, внука Александра II, племянника Николая II. У него был вкус, возможность бывать в лучших домах Парижа и знание того, что может понравиться богатым людям. С появлением князя Дмитрия в творчестве Шанель началась «русская» эпоха: платья и пальто, украшенные вышивкой, стилизованные крестьянские рубашки, кушаки, женские шубки и русские аристократки-манекенщицы. Но самый большой подарок был впереди: князь познакомил Коко с Эрнестом Бо, выдающимся парфюмером, отец которого много лет проработал при русском дворе. Эрнест Бо предоставил ей на выбор несколько флаконов. Она выбрала тот, что был под номером 5, и попросила добавить чуть-чуть ландыша. Получившийся аромат она назвала собственным именем, прибавив к нему порядковый номер пробного флакона. Вот это и была революция Шанель.

Коко Шанель, действительно, произвела революцию, потому что смесь, симфония ароматов, в отличие от применявшихся ранее чистых запахов, — это было неслыханно. Мэрилин Монро спросили однажды: в чем она предпочитает спать? Женщина, которую обожали миллионы мужчин, ответила, что ей достаточно всего пары капель Chanel № 5.

### ТРИУМФ, ПАДЕНИЕ, РЕВАНШ

К концу 30-х годов популярность Коко Шанель превратилась в славу. Ей делает комплименты Дягилев, для

нее играет Игорь Стравинский, Пикассо гостит у нее, а Жан Кокто ее рисует. Среди ее друзей — Уинстон Черчилль, Сальвадор Дали, Марлен Дитрих, Глория Свенсон. Ее часто цитирует печать, а для модниц она становится непререкаемым авторитетом. Герцог Вестминстерский предлагает ей руку и сердце, но она отвечает отказом: «Герцогиня Вестминстерских несколько, а Шанель — одна».

Но начинается Вторая мировая война, и имя Коко Шанель уходит с первых полос. И Франции, и французам не до нее. На двенадцать лет о королеве моды забывают.

**«Роскошь — это когда содержание так же прекрасно, как и форма».**

**Габриэль Шанель**



«...Дом номер 31 по rue Cambon. Конец сентября 1939 г. Ставни второго этажа закрыты. Десятки золоченых стульев, на

**«Может быть слишком много одежды, но не может быть слишком много элегантности».**

**Габриэль Шанель**

которые некогда усаживались клиентки Коко во время показов мод, еще в июле были накрыты серыми чехлами, уже начали покрываться пылью. Дом Шанель выглядел как дворец Спящей красавицы», — так биограф Шанель Анри Гидель описывает период, ставший длинным антрактом в творчестве Шанель. С началом войны ее Дом моды был закрыт.

Не имея возможности получать средства от продажи платьев, Коко тем не менее имела неплохой доход от духов. Знаменитый парфюм продавался не только в оккупированном немцами Париже, но главным образом в США. Партнерам Шанель, братьям Вертхаймер, эмигри-

ровавшим в США, удалось наладить производство духов за океаном, закупив в Грассе весь имевшийся там запас жасминовой субстанции.

Война закончилась, и мир высокой моды изменился неузнаваемо. Можно было подумать, что для Коко Шанель в этом мире больше не было места. Конкуренты и конкурентки наседали со всех сторон. Исчезла прежняя, аристократическая клиентура, зато появилась новая, «нувориши», невесты какими способами разжившиеся за годы войны. Популярность стала приобретать одежда «прет-а-порте», то есть роскошное готовое платье, торговля которым уже процветала в США. В парижских модных кварталах открывались десятки элегантных бутиков для клиенток, которые хотели выглядеть элегантно и модно, но которых отпугивали непомерные цены индивидуального пошива в домах высокой моды.

Симпатии толпы переменчивы — королями моды называли уже других людей, в моде господствовал «новый взгляд», который явил из праха почти все, с чем боролась Шанель и что было ей так ненавистно в начале века. Повсюду гремело имя Кристиана Диора. Коко не разделяла всеобщих восторгов: «Одежда, предложенная мужчиной, который не знает женщин, у которого никогда не было женщины и который хотел бы быть женщиной!». «Кутюрье забыли, что внутри их платьев находятся все-таки женщины», — говорила она о других. — Вместо того, чтобы одевать женщин, их расфуфыривают, им предлагают наряды, в которых нельзя ни ходить, ни сидеть, ни бегать, зато можно отлично кривляться, как обезьянам. Вот почему американки, которым не откажешь в практичности, бойкотируют французскую продукцию». И Габриэль решила дать бой. Она приняла решение вновь открыть свой Дом моды. Решающая битва должна была состояться 5 февраля 1954 г. показом новой коллекции из 130 моделей. Более двух тысяч человек пытались раздобыть билеты на дефиле. Там был весь Париж — блистательные модницы, журналисты, критики...

Триумф не состоялся. Поклонники Диора и «нового взгляда» увидели в работах Шанель лишь отзвуки



былого, лишь ностальгические воспоминания о 20-х годах. Дефиле закончилось в ледящей тишине, прерываемой лишь жиденькими аплодисментами друзей низвергнутой королевы.

Однако же и конкуренты, и друзья недооценили великую мадемуазель. «Я им еще покажу, – сказала она. – Мы начнем все с начала». Ее подлинная сила, пишет Анри Гидель, заключалась в ее абсолютной уверенности в своей правоте.

Если и есть нечто, что в глазах всего мира ассоциируется с именем Шанель, то это ее знаменитый дамский костюм из твида, отделанный тесьмой, с юбкой чуть ниже колена. Костюм, впервые представленный в 1955 г. в третьей коллекции, сразу завоевал сердца женщин, а через пару лет стал основой гардероба всякой уважающей себя дамы.

В 1957 г. сомнений не осталось ни у кого – великая мадемуазель вернулась в большую моду как признанная королева. Именно тогда она получила приз американского мецената Неймана Маркуса, присужденный «самой влиятельной в XX веке создательнице моды».

11 января 1971 г. Габриэль Коко Шанель не стало. Ушел из жизни великий модельер. После смерти Коко Шанель созданную ею марку пытались поддерживать многие художники-стилисты. И некоторые из них были очень интересны, как, например, Карл Лагерфельд. Но они были другими, а Габриэль так и осталась неповторимой.

Андрей ВАСИЛЬЕВ

# ВЕСЬ МИР ВЫСТАВОК



Продолжается развитие программы международной экспансии голландской компании VNU Exhibitions Europe. Выставка Figar/VIV America Latina, совместный проект компании и мексиканского выставочного оператора, пройдет 21–23 октября 2010 г. в г. Гвадалахара (Мексика). Одновременно на ежегодный режим проведения переходит аналогичная выставка мясной и молочной индустрии в Китае.

С учетом перспектив развития электромобилей «Мюнхен Мессе» выводит на рынок новую выставку, посвященную исключительно производству этих транспортных средств, которая запланирована на 13–15 октября 2009 г. Другим новым проектом станет выставка велосипедов **Vike Expo**, организуемая с 23 по 26 июля, несмотря на то, что «Кёльн Мессе» прекратила проводить свою известную выставку этого профиля – Ifma.

Компания «Бакай Групп», Эссен, запускает в выставочном центре этого города проект кросс-культурной выставки **Экспо Турция**. Ее целью является развитие контактов между немецкими и турецкими фирмами, действующими в Германии. На мероприятии площадью в 15 тыс. кв. м ожидаются 300 экспонентов и 30 тыс. посетителей. В настоящее время в ФРГ насчитывается примерно 70 тыс. предпринимателей турецкого происхождения, которые генерируют годовой оборот в 33 млрд евро.

Крупная единая выставка **Egetica-Expoenergetica** в выставочном центре **Ферия Валенсия (Испания)** объединит 25–27 ноября 2009 г. ранее самостоятельные мероприятия по возобновляемой и обычной энергии, создавая тем самым удобную общую платформу для всех агентов производства и распределения энергии.

**Merachou Gifts, House ware, Premiums, Toys** компании **Kenfair** пройдет с еще большим размахом 20–23 октября 2009 г. в недавно расширившем свои площади Конгрессно-выставочном центре Гонконга.

Всемирный союз выставочной индустрии **UFI** в качестве места проведения своего 77-го конгресса в 2010 г. выбрал **Сингапур**. Соответствующие документы подписаны между союзом, оператором – Сингапурской ассоциацией индустрии встреч и комплексом **Marina Bay Sands**, где пройдет конгресс.

В **Швейцарии** объявлено о предстоящем **слиянии двух профессиональных объединений** – Ассоциации швейцарских ярмарок (VMS) и Швейцарской ассоциации операторов выставок и мероприятий. Их объединение призвано упрочить позиции отрасли в целом и повысить эффективность ее деятельности.

Прошедшая в начале марта в Ганновере выставка-флагман ИТ-индустрии **Cebit** потеряла по сравнению с 2008 г. 20% площадей, сократившись до 200 тыс. кв. м. Это произошло главным образом из-за неучастия многих мелких производителей компьютерного и телекоммуникационного оборудования из Китая, Тайваня и Южной Кореи. Общее количество экспонентов (4 300) упало до уровня 1990 г.

Аналогичные трудности испытывают и другие крупнейшие мероприятия этой сферы – выставка **CES (Consumer Electronics Show)**, прошедшая в январе 2009 г. в Лас-Вегасе с 30%-ным снижением числа экспонентов, и **Всемирный конгресс мобильной связи** в Барселоне, количество посетителей которого сократилось на 15% по сравнению с достигнутым в 2008 г. уровнем в 55 тыс. человек.

Испанский оператор Automovil Barcelona продолжает бороться за проведение международного автосалона в выставочном центре «Фира де Барселона», объявленного ранее на 7–17 мая 2009 г. Несмотря на сообщения о его отмене, прозвучавшие в прессе и в автомобильных кругах, компания продолжает утверждать, что мероприятие «все еще в повестке дня».

«Лейпцигер Мессе» была вынуждена прекратить проведение в обычном формате своего известного проекта **CG Games Convention** в



силу конкуренции со стороны аналогичной выставки игр в Кёльне и нежелания производителей делить усилия и средства на два схожих мероприятия. Вместе с тем Лейпциг не хочет сдавать позиции в этом секторе и объявил об организации с 31 июля по 2 августа 2009 г. комбинированной он-лайновой и обычной версии проекта.

Администрация Президента США приняла решение о том, что от получателей чрезвычайной финансовой помощи по линии правительства могут быть затребованы на согласование **бюджеты на корпоративные мероприятия**. Президент Обама в одном из выступлений прямо потребовал от фондируемых государством корпораций ввести режим экономии издержек. В этой связи в стране разворачивается кампания под лозунгом «Сохраним Америке индустрию встреч». По данным Американской ассоциации деловых путешествий **корпоративные и другие мероприятия приносят федеральному и местным бюджетам страны почти 40 млрд долл. и обеспечивают более 1 млн рабочих мест**. Свою тревогу, в частности, выражают гостиничные сети, а компании, несмотря на финансовые потери, сворачивают программу корпоративных поездок и мероприятий. Так, получившая от администрации США 10 млрд долл. банковская группа «Голдман Сакс» перенесла свою конференцию из Лас-Вегаса в Сан-Франциско, заплатив при этом неустойку в 600 тыс. долл. за отмену бронирования, компании **AIG, Wells Fargo, Citigroup** и другие вообще отменили ряд запланированных мероприятий.

**Reed Exhibitions** провела существенные изменения в программе своих книжных выставок в США. Главная выставка – **Book Expo America** – не будет покидать Центр Джейкоба Джавитса в Нью-Йорке по крайней мере до 2012 г. ее проведение в Вашингтоне (2010 г.) и Лас-Вегасе (2011 г.) отменено. Время работы выстав-

ки сокращено с 3 до 2 дней, а сроки перенесены с уик-энда на середину недели.

Аэропорты Парижа, Комитет по туризму провинции Иль-де-Франс, Комитет по выставкам Парижа и компания «Випари» подписали соглашение о создании, запуске и финансировании проекта пакета услуг **«Добро пожаловать в Париж»**. Эта комплексная программа приема, информирования и транспортировки посетителей, экспонентов и участников международных мероприятий, проводимых в различных выставочно-конгрессных комплексах столицы Франции, входящих в структуру «Випари», подробно определяет перечень и состав соответствующих услуг и нацелена на дальнейшее продвижение Парижа как места проведения крупнейших международных мероприятий.

Четвертый Всемирный форум главных исполнительных директоров компаний **Connect-World**, прошедший в **Дубае**, собрал вместе для обсуждения актуальных проблем более 600 ведущих бизнесменов из многих стран мира. Более трех четвертей из них уверены, что Средний Восток будет лидером в выводе мировой экономики из кризиса. Почти две трети участников опроса подчеркнули, что очень оптимистично смотрят на перспективы развития своего бизнеса в регионе в долгосрочной перспективе, а почти 33% расценивают их просто как хорошие. Большое внимание к форуму привлекло, в частности, сообщение о выпуске правительством Дубая облигационного займа в размере 20 млрд долл. США. В мероприятии приняли участие делегации высокопоставленных чиновников из США, Великобритании, Китая, Индии, России, ЮАР, Турции, ближневосточных и других стран.



Новый конвент-центр в составе конгрессно-выставочного комплекса МСЕС должен открыться в **Мельбурне**, Австралия в июне 2009 г. Он станет первым в мире, отмеченным экологическим рейтингом «6 звезд». В центре будет 32 помещения различных размеров для встреч и дискуссий и самый современный трансформируемый конгрессно-концертный зал.

# «ЕВРОЭКСПОМЕБЕЛЬ» ДЕРЖИТ ПЛАНКУ

Мебельный рынок был одним из самых быстрорастущих в России в последние 15 лет. При этом увеличивался как импорт мебели, так и отечественное производство, базирующееся на огромных запасах исходного сырья – древесины. В условиях бурного развития рынка в стране сформировалась представительная выставочная программа, в которой одной из крупнейших является экспозиция «Евроэкспомебель/ЕЕМ», организуемая компанией МВК. Эта выставка в очередной раз пройдет с 12 по 16 мая в МВЦ «Крокус Экспо».



Экономический кризис затронул все сферы деятельности. Сокращаются продажи многих товаров. Логично было бы предположить, что не избежит этого и рынок мебели. Однако этого не скажешь, если судить по основным показателям выставки «Евроэкспомебель». Согласно предварительным оценкам, ее площадь будет такой же, как и в 2008 г. – около 90 тыс. кв. м. Вместе с тем число участников увеличивается более чем на 35% – с 1098 до 1500. Эти изменения вполне объяснимы: традиционные участники экспозиции стремятся сократить расходы и уменьшают площадь заказываемых стендов, а новые участники приходят на выставку в поисках клиентов и дополнительных каналов сбыта своей продукции.

На выставке, как всегда, будут представлены новейшие коллекции мебели и готовые интерьеры от ве-

дущих производителей Европы и мира: итальянских, немецких, английских, французских, финских, испанских и российских мебельных фабрик. Поставщики мебели (мебельные фабрики, дилеры) и студии интерьеров предложат вниманию посетителей новинки мебельного рынка и оригинальные дизайнерские решения.

Значимым разделом выставки «Евроэкспомебель/ЕЕМ» в этом году станет салон мебельного оборудования и станков для производства мебели, представляющий интерес прежде всего для предприятий мебельной промышленности – как небольших производственных фирм, так и крупных фабрик.

Традиционно одновременно с выставкой «Евроэкспомебель» проходит экспозиция мебельной фурнитуры, материалов и комплектующих для производства мебели «Интеркомплект», на которой представлены также эксклюзивные мебельные ткани из Испании, итальянское стекло, комплектующие мебели из древесины ценных пород.

Для удобства посетителей экспозиция структурирована по видам и классам продукции. Выделены площадки кухонной мебели, мебели для офисов, мягкой и корпусной мебели для жилых комнат, раздел «интерьер-салон», в котором представлены предметы, элементы и ма-

териалы для оформления интерьеров различного назначения.

Насыщенная деловая программа выставки включает семинары, конференции и круглые столы, освещающие широкий круг вопросов производства и сбыта мебели – от свойств новых материалов до поиска наиболее востребованных ниш на мебельном рынке и организации эффективных рекламных и PR-кампаний. В частности, 13 мая пройдет конференция «Дизайн как конкурентное преимущество и средство продвижения мебели», 14 мая состоится международный форум «Стратегические вызовы мебельного рынка России», на 15 мая запланировано проведение дня технологий. 12 и 14 мая организуются тренинги на темы «Принципы мотивации персонала в условиях кризиса», «Борьба за клиента и передел рынков: профессиональные технологии продаж», «Стимулирование продаж в условиях кризиса». Наряду с этим ведущие дизайнеры, декораторы и архитекторы проведут мастер-классы и консультации по оформлению интерьеров и подбору мебели для дома, по проектированию, строительству и инженерному обеспечению загородных домов.

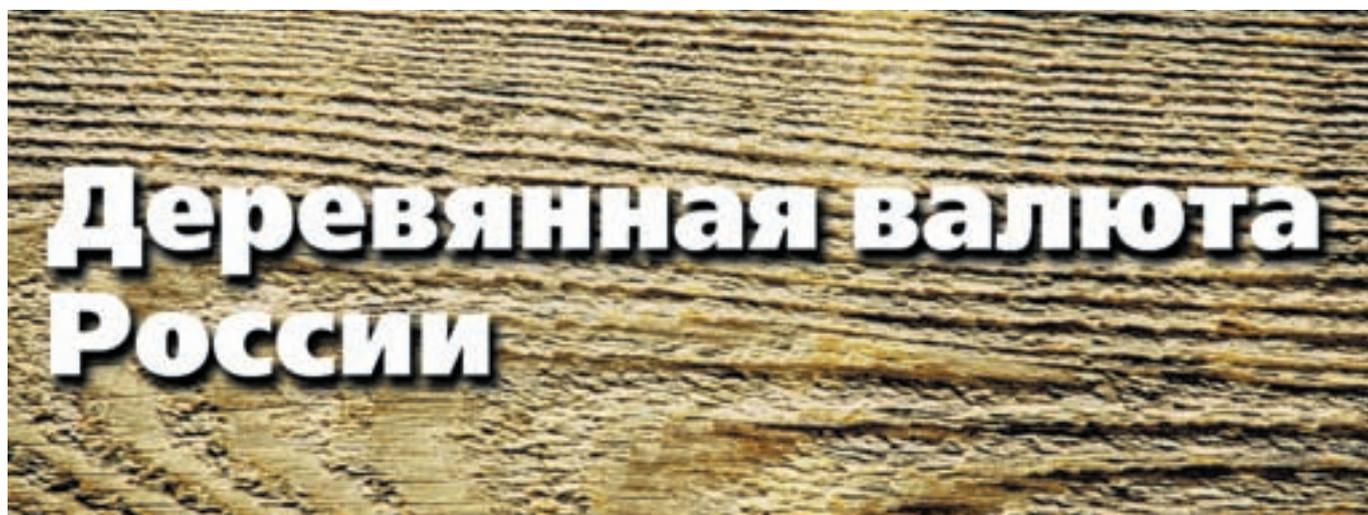
В целом выставка станет значительным событием для всех участников рынка.



ВЫСТАВКИ

**MVK**

[www.mvk.ru](http://www.mvk.ru)



Утверждение, «мы так бедны, потому что столь богаты», при всей своей парадоксальности, пожалуй, лучше всего объясняет то положение, в котором уже много лет пребывает лесопромышленный комплекс России.

### ЛОГИКА АБСУРДА

В России очень дорогой бензин, дорожающий газ и все более недоступный лес, и как таковой, и в виде изделий из него. Причем все эти продукты пока в нашей стране в избытке.

В отличие от минерального сырья, запасы которого конечны, лес – ресурс возобновимый. К тому же диапазон использования древесины поистине безграничен. Не стоит и пытаться перечислять все сферы деятельности, где она находит применение. Но не в России. Здесь со времен царя Гороха основной продукцией лесопромышленного комплекса было «бревно не-ошкуренное», которое миллионами кубометров вывозилось за границу, чтобы потом вернуться на родину в виде изящной мебели, гладкой бумаги, всевозможной тары, разнообразных строительных материалов и прочих полезных вещей. Да и сегодня в лесной отрасли работает всего 30 тыс. различного рода предприятий, зато насчитывается более 10 тыс. экспортеров. И это лишь по официальной статистике.

Подобный абсурд не волновал никого. Россия гордилась другим. Тем, например, что по запасам древесины она занимает первое место в мире. Что на ее долю приходится 22% мирового леса (776 млн га), то есть 82,1 млрд куб. м, из которых более половины пригодны для рубки. Ежегодный прирост леса в России составляет более 900 млн кубов, а установленная расчетная лесосека для рубки леса главного пользования (спелые и перестойные древостои) – около 570 млн куб. м.

При этом, по данным Рослесхоза, рубка леса главного и промежуточного пользования находится на уровне 185 млн куб. м. Другими словами, уровень использования расчетной лесосеки не превышает 33%, что значительно меньше аналогичных показателей в развитых странах.

Кстати, в четверку самых богатых «зеленым золотом» стран входят также Бразилия, Канада и США. Отставая от России по запасам древесины и по ее ка-

честву (у нас она естественным образом проходит «минусовую обработку», улучшающую ее свойства), они давно перегнали ее по объемам и доле переработки. Объем продукции российского ЛПК, включающего лесозаготовительную промышленность, целлюлозно-бумажный сектор и деревообрабатывающую промышленность, составляет чуть более 3% от совокупного объема промышленного производства. На его долю приходится 4% экспортной выручки, 8% численности рабочих и 2,3% стоимости основных производственных фондов.

Более того, за годы становления рыночного хозяйства ЛПК не только не вырос, но и сократился в два раза. Даже дефолт 1998 г., реанимировавший отечественную промышленность за счет эффекта импортозамещения, на лесопромышленном комплексе существенным образом не отразился. Ему так и не удалось достигнуть уровня производственных показателей дореформенного периода. По сравнению с 1990 г. в 2007 г. вывоз древесины сократился более чем на 60%, пиломатериалов – на 70%, целлюлозы – на 30%, бумаги – более чем на 20%. Рентабельность комплекса снижается чуть ли не каждый год и сейчас составляет 6,6%. Более половины лесопромышленных предприятий остаются убыточными. А наиболее сложная ситуация наблюдается в лесозаготовительной промышленности, поставляющей сырье для деревообрабатывающих и целлюлозно-бумажных производств. То есть в том секторе, на деятельности которого держится весь комплекс.

Почему? Объяснений можно привести много, но главное – отсутствие продуманной политики государства, которое долгие годы сквозь пальцы наблюдает за хищническим истреблением леса, за тем, как богатеют российские лесные бароны, как в соседних странах сформировались мощные отрасли, работающие исключительно на российском лесу.

А в итоге в российских магазинах продается польская, немецкая, итальянская мебель. Есть, правда, и

отечественная, но сработанная в основном из импортных материалов. Книжки и журналы печатаются на финской и норвежской бумаге. А программа «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» захлебнулась из-за отсутствия дешевых строительных материалов. И это в самой богатой лесом стране!

### РЕСУРСНЫЙ ПРИДАТОК

Российский ЛПК – это фактически ресурсный придаток экономики развитых стран. По уровню глубины химической переработки древесины Россия значительно отстает чуть ли не от всех стран мира. Стоимость произведенной продукции в расчете на 1 кубометр заготовленной древесины в Российской Федерации составляет 67 долл., в то время как в развитых лесопромышленных странах этот показатель в 3,5–5 раз выше.

За прошедшие годы в России не было построено ни одного нового целлюлозно-бумажного комбината. В качестве причин обычно называют высокую стоимость строительства (1–1,3 млрд долл.), его продолжительность – до 8 лет, и срок окупаемости капитальных вложений (до 10 лет). При всей привлекательности этого сектора российской экономики (удобное географическое положение относительно рынков Западной Европы и Юго-Восточной Азии, большие запасы леса и его низкая стоимость, квалифицированная рабочая сила и невысокий уровень оплаты) инвесторы идут в него крайне неохотно из-за непрозрачности, а подчас и криминального характера этого бизнеса. В результате импорт высококачественных видов бумаги и картона для полиграфии и пищевой промышленности приближается к сумме 4 млрд долл.

На сегодняшний день нашей стране принадлежит всего 2% от общего объема производства мировой упаковочной индустрии. И это при том, что российский рынок оценивается не менее чем в 20 млрд долл. при ежегодном темпе роста в 15–20%. Россия по-прежнему вынуждена покрывать 50% потребностей в бумажной и картонной упаковке за счет импорта.

В упадке находится и лесное хозяйство. Неплано-вые, а то и просто хищнические вырубки леса, прекращение работ по его восстановлению привели к сокращению площадей высокопродуктивных хвойных пород и увеличению доли менее ценных мягколиственных лесов. Лесозаготовительная отрасль находится в стагнации. 60% леспромпхозов считаются убыточными, зато владельцы «черных» лесозаготовительных фирм наживают миллионы (ежегодные потери от нелегального оборота древесины оцениваются в 1 млрд долл.). Оборудование и применяемые предприятиями технологии морально и физически устарели.

Но все же главная инфраструктурная проблема – это острейшая нехватка лесовозных дорог. Именно поэтому многие ЦБК и деревообрабатывающие комбинаты вынуждены закупать древесину в других регионах. А это повышает в структуре себестоимости транспортную составляющую.

Деревообрабатывающий сектор в отечественном ЛПК представлен в основном небольшими, маломощными предприятиями. В мебельной отрасли насчитывается всего 500 производств, которые можно было бы отнести к числу крупных и средних. Хотя по прикидкам Министерства экономического развития, объем продаж мебели в 2007 г. приблизился к 5 млрд долл., надо помнить, что половину выручки забрали импортеры. Доля России в мировом производстве мебели (200 млрд евро) – 0,61%.

Еще хуже положение со строительными материалами. Разрастающиеся коттеджные и дачные поселки возводятся на 80% из импортного материала. Пожалуй, единственное, в чем преуспел российский ЛПК, так это в производстве фанеры. Ее выпуск растет из года в год.

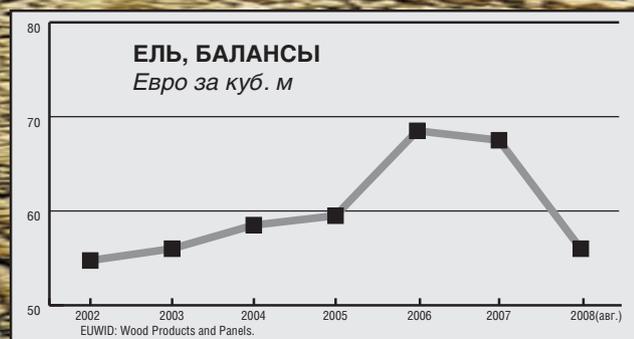
Согласно расчетам экспертов, по итогам 2007 г. объем производства в целом по ЛПК в денежном выражении оценивается примерно в 12 млрд долл. Из этой суммы 15,3% приходится на лесозаготовку, 35% – деревообработку, 49,7% – целлюлозно-бумажную промышленность. На мировом рынке продукция российского ЛПК занимает сегодня всего около 3%.



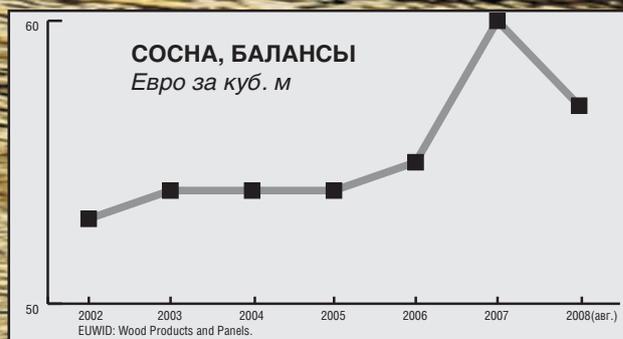
Сечением 8x8 и 8x10 см, оптовая цена в Германии на конец года, евро за куб. м (в 2001 г. – нем. м. за куб. м).



1–3-й сорт, сечением 38/44/48 x 280 мм, оптовая цена в Германии на конец года, евро за куб. м (в 2001 г. – нем. м. за куб. м).



Длиной 15–19 см



Длиной 20–24 см

## ЛПК В КОЛЛАПСЕ

Из всего вырубленного леса на переработку поступает только пятая часть. Остальной лесоматериал идет на экспорт. Однако в экономически удачном 2007 г. стала намечаться активизация в деревообрабатывающем секторе. Он более гибок, не требует в отличие от ЦБК столь больших инвестиций, быстрее дает отдачу. По всей видимости, именно эти факторы способствовали росту выпуска клееной фанеры (на 14%) и плитных материалов – ДСП (на 11%), ДВП (10,5%).

В отличие от этого какой-либо рост в целлюлозно-бумажной промышленности едва ли возможен. Степень изношенности оборудования в нем давно уже перешагнула критический уровень и составляет 95–100%. Так что о расширении или модернизации говорить не приходится. Эти затраты пока не фигурируют в планах десяти крупнейших ЦБК, выдающих 80% всей российской бумаги и целлюлозы.

По сути им и так не плохо. Газетная бумага российского производства – один из наиболее конкурентоспособных на мировом рынке товаров целлюлозно-бумажной промышленности РФ. На ее долю приходится 50% производства всех видов бумаг в России и около 8% экспорта из страны лесопромышленной продукции. Около 68% произведенной в РФ газетной бумаги поставляется за рубеж. Основным импортером является Индия – на ее долю приходится 18% общих закупок, далее следуют Германия и Турция – по 11%, Великобритания – 6%, Украина – 5%. Практически вся используемая в России газетная бумага – отечественная, несмотря на то, что цена на нее на внутрисреднемировом рынке значительно выше среднемировой. Но производителей спасают таможенные пошлины, позволяющие не спешить с инвестициями в новые мощности.

Подъем наблюдался в деревянном домостроении. Оно имеет множество бесспорных плюсов. Во-первых, уже сейчас себестоимость 1 метра жилой площади в деревянном каркасном доме, произведенном с учетом современных зарубежных технологий, составляет

около 400–450 долл., что существенно ниже затрат на строительство железобетонных зданий. Во-вторых, деревянные малоэтажные дома собираются всего за несколько суток. И, наконец, развитие деревянного домостроения даст мощнейший импульс всему лесопромышленному комплексу. По самым приблизительным оценкам, производство конструкций деревянных домов при массовом спросе может принести российским производителям 10–15 млрд долл.

Однако при принятии решения об инвестициях в строительство или модернизацию деревообрабатывающих мощностей у менеджеров лесопромышленных компаний неизбежно возникают вопросы: насколько серьезны намерения государства в отношении развития деревянного домостроения и как именно правительство собирается поддерживать эту программу. До получения конкретных ответов на эти вопросы рассчитывать на значимые инвестиции в организацию массового производства современных деревянных домов, пожалуй, не стоит.

И все-таки даже не эта проблема сегодня самая главная. Как известно, правительство, озабоченное состоянием дел в ЛПК, приняло решение о значительном повышении таможенных пошлин на вывоз круглого леса. Ожидалось, что эта мера заставит отечественный бизнес перестроиться на более глубокую переработку леса. Но этого не произошло. Отрасль оказалась совершенно не подготовленной к таким резким переменам – ни экономически, ни технически, ни инфраструктурно. Большинство лесозаготовителей, ориентированные на иные цены, просто прекратили работу. За ними встали и многие деревообрабатывающие предприятия. Эффект получился прямо противоположный запланированному. Возникла опасность потери зарубежных рынков и окончательного развала отечественного ЛПК. Разразившийся глобальный кризис только усугубил положение. И теперь речь идет уже не о развитии, а о выходе из коллапса и выживании. А эта задача значительно серьезнее.

Андрей ВАСИЛЬЕВ

ПЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# МЕБЕЛЬНЫЙ КЛУБ

10-14 ноября 2009

Fifth international specialized exhibition

## FURNITURE CLUB

November 10-14, 2009



реклама

ОРГАНИЗАТОР:

 **КРОКУС ЭКСПО**

Международный выставочный центр

МВЦ «Крокус Экспо»  
65 - 66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе)  
тел./факс: +7 (495) 223-42-13, 223-42-14  
e-mail: baryshnikova@crocus-off.ru  
expo5@crocus-off.ru, gladun@crocus-off.ru  
www.mebelclub.com, www.crocus-expo.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЙ  
ПАРТНЕР  
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»:



Реклама на сайте и на территории

МВЦ «Крокус Экспо»:

тел. (495) 727-26-39,

[www.crocus-reklama.ru](http://www.crocus-reklama.ru)

Аренда конференц-залов и  
презентационного оборудования:  
тел. (495) 727-25-93, 727-26-15

# НЕДВИЖИМОСТЬ: ОТ КРИЗИСА ДО ПОДЪЕМА

Выставки недвижимости сформировались в России несколько лет тому назад, следуя за общими тенденциями развития рынка. Одной из крупнейших в этой сфере является экспозиция «Вся недвижимость мира», организуемая компанией «Виндекс». В очередной раз выставка пройдет в МВЦ «Крокус Экспо» с 22 по 26 апреля 2009 г.



**В** условиях мирового финансового кризиса, бьющего в первую очередь по таким капиталоемким сферам бизнеса, как недвижимость и строительство, одной из немногих возможностей остаться на плаву и минимизировать собственные убытки является участие в выставках. Очевидно, что при недостатке на рынке платежеспособного спроса, компании, занятые в секторе недвижимости, вынуждены, во-первых, представить свои проекты в наиболее выгодном и отличном от конкурентов виде, чтобы потенциальный покупатель выбрал именно их продукт, во-вторых, выйти на новые для себя рынки, наладить дополнительные связи и расширить дистрибьюторскую сеть, и в-третьих, найти верный путь выхода из кризиса через обмен опытом с другими представителями своего рынка. Выставка в этом случае может стать если и не панацеей, то по крайней мере мощным средством, ставящим на ноги захворавшего пациента.

Таким видят предназначение выставки «Вся недвижимость мира» ее организаторы. Предварительные оценки свидетельствуют о том, что данный подход нашел отклик у участников рынка недвижимости. Ожидается, что в выставке примут участие более 400 компаний со всего мира, занятых в секторе жилой и коммерческой недвижимости, риелторского и строительного бизнеса, инвестиционной и финансовой деятельности.

Значимость проекта «Вся недвижимость мира» заключается в том, что эта экспозиция создает единую выставочную площадку для представления проектов по строительству жилой и коммерческой недвижимости как регионального, так и общегосударственного значения. Города, муниципалитеты и целые регионы, наряду с разнокалиберными компаниями самого широкого профиля, имеют возможность представить свои проекты тысячам заинтересованных инвесторов и покупателей: крупнейшим зарубежным и отечественным инвестиционным фондам, компаниям и банкам, многочисленным представителям частного капитала.

Посетителям выставки, имеющим намерение решить свои жилищные проблемы или инвестировать средства в жилую или коммерческую недвижимость, будет предложен весь спектр услуг в области ипотеч-

ного кредитования, накопительных схем по приобретению жилья, страхования, оценки, строительства и дизайна. Они смогут получить подробную консультацию у представителей ведущих банков, строительных, риелторских, страховых, оценочных, юридических и консалтинговых компаний, а также у специалистов закрытых паевых инвестиционных фондов.

Рынок недвижимости, который послужил спусковым крючком нынешнего экономического кризиса, пытается теперь сформировать пути выхода из него. Как свидетельствует практика, активизация строительства действительно является одним из возможных рычагов преодоления экономического спада. Насколько успешной может стать эта попытка, покажет выставка «Вся недвижимость мира».

ВМ



# КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ КРИЗИСА

Недвижимость втянула всех в кризис, строительство недвижимости может из него вытащить. Но для этого нужны новый Рузвельт и «новый экономический курс».

## РЕЦЕПТ РУЗВЕЛЬТА

В начале этого года, когда власти стали наконец осознавать, что кризис ударит не только по западной экономике, но и по российской, Международный валютный фонд обнародовал доклад, в котором сообщалось, что спад на рынке недвижимости США, спровоцировавший глобальный финансовый кризис, может оказаться более глубоким и долгим, чем это первоначально ожидалось. А потому эксперты фонда уверены, что цены на недвижимость будут снижаться не только в 2009-м, но и в 2010 г.

Еще более мрачный прогноз содержится в книге Джона Талбота из банка Goldman Sachs, в которой он пообещал, что спад на рынке жилья продлится еще не менее пяти лет. При этом, по прикидкам Талбота, выходит, что потери одних лишь американцев на нем составят 10 трлн долл., то есть почти в три раза больше, чем прогнозировалось другими экспертами.

Между тем недвижимость как таковая меньше всего виновата в кризисе. Последний вызвала отнюдь не она, а дутые деривативы, которыми спекулировали американские финансисты. Ну а строительство недвижимости (если в этот термин включать не только жилье, но все здания и сооружения), наоборот, когда-то спасло Америку.

В 1933 г., в разгар Великой депрессии, в США был принят закон о восстановлении национальной экономики и одновременно создана Администрация общественных работ. Эта и другие подобные структуры позволили занять работой 4 млн американцев, причем занять в

секторе, в котором создавался полезный для страны продукт.

Эти действия оказали не просто благотворное, а преобразующее влияние на Америку. Были проложены новые дороги, построены дамбы, осушены болота, возведено множество общественных и частных зданий. Созданная в те годы система коммунальных услуг была признана лучшей в мире. К энергетическим сетям были подключены самые отдаленные фермы. Колоссальные суммы из бюджета были потрачены на развитие гидроэнергетики и строительство станций

**Всего за годы Великой депрессии в США было построено 664 тыс. км новых дорог, 77 тыс. новых мостов, 285 аэропортов, 122 тыс. зданий**

очистки воды. Как утверждают экономисты, мультипликативный эффект от этих общественно полезных строительных работ позволил удержать на плаву промышленность, сократить армию безработных и модернизировать всю страну.

Поскольку строительные работы велись в основном за государственные деньги, подсчитать итоговый результат удалось довольно точно. Всего за годы Великой депрессии в США было построено 664 тыс. км новых дорог, 77 тыс. новых мостов, 285 аэропортов, 122 тыс. зданий.



Конечно, за это пришлось заплатить значительным ростом бюджетного дефицита, да и доллар потерял в весе чуть ли не половину, но Америка вышла из кризиса обновленной, модернизированной. Наконец, она стала самой комфортной страной в мире. А главное – была создана та основа, которая позволила ей совершить в последующие годы мощный экономический рывок, выведший ее в мировые лидеры.

Но чтобы выполнить столь гигантскую строительную программу, нужен был Рузвельт с его уверенностью в правильности проводимой политики заботы о всей нации, а не об отдельных ее представителях, наиболее приближенных к телу президента, нужна была вера нации в Рузвельта и готовность поддержать его. Хотя в те годы далеко не всегда его имя произносилось с почтением и уважением. Пропагандистские кампании, организованные против него некоторыми монополиями, отличались и циничностью и откровенной подлостью. Лишь спустя многие годы противники вынуждены были признать правильность выбранного Рузвельтом курса.

В общем, стройка спасла Америку. Причем к тем же мерам выхода из кризиса прибегли еще две страны – фашистская Италия и нацистская Германия. И результаты, надо признать, были весьма неплохими. Другое дело, как Бенито Мус-



солини и Адольф Гитлер воспользовались ими.

### **БОЛЬНОГО ЛУЧШЕ НЕ ТРОГАТЬ**

Но применительно к нынешнему кризису рецепты тех далеких лет мало кто вспоминает. Больше уповают на открытия в области высоких технологий, создание всемирной валюты, новые правила международных финансовых рынков, экономические союзы и протекционистские меры. При этом не ясно, что же из сонма рецептов и предложений действительно может оказать оздоравливающее воздействие на мир. Поэтому чаще всего дела пускают на самотек в надежде, что «организм выздоровеет сам».

И, наверное, такой способ тоже имеет право на существование. Во всяком случае, в январе 2009-го британские застройщики, не избалованные антикризисной помощью правительства, поспешили оповестить общественность, что цены на недвижимость впервые за последние десять месяцев неожиданно поднялись на 1,9%. Произошло это после долгого периода падения цен на жилье. Только за последний год недвижимость подешевела на 17%. Ну а если перевести это падение в реальные фунты стерлингов, то получится, что по сравнению с летом 2007 г., когда стоимость недвижимости достигла максимума, средняя цена дома снизилась на 36 тыс. фунтов и сейчас составляет 146 тыс.

Однако аналитики из Национального строительного общества выступили с разъяснением, что подобные скачки для цен на жилье — явление довольно частое, и говорить о тенденции пока рано. А чтобы окончательно погасить все радужные надежды, они обнародовали информацию от одного из круп-

---

**С января 2008 г. цены на недвижимость в США упали на 15%. Стоимость домов в среднем снизилась с 207 тыс. долл. до 175 тыс. Предсказывают, что в 2009-м цены упадут еще на 10%**

---

нейших застройщиков — компании Taylor Wimpey, у которой, несмотря на демпинговую политику, объемы продаж упали на 35%.

Так что в Англии распродажа жилья продолжается. Застройщики готовы на любые уловки, чтобы привлечь покупателей, поскольку простое снижение цен ажиотажа уже не вызывает. Некоторые компании обеспечивают новоселов бесплатной мебелью, а кое-кто даже готов вносить за своих клиентов в

течение двух лет коммунальные платежи и налоги.

Не лучше положение застройщиков и риелторов и в США. Как свидетельствует кризисная статистика, с января 2008 г. цены упали на 15%. Стоимость домов в среднем снизилась с 207 тыс. долл. до 175 тыс. Но, похоже, это еще не нижняя точка. Предсказывают, что в 2009-м цены упадут еще на 10%. Эксперты считают, что в некоторых особо неблагоприятных регионах падение может оказаться более глубоким, чем во времена Великой депрессии, когда жилье подешевело на 68%.

Существует, правда, мнение, что весной ситуация начнет меняться в лучшую сторону, и к концу года можно ожидать стабилизации цен. Расчет тут на то, что фиксированная ставка по тридцатилетним кредитам снизится с нынешних 5% до 4,5%, а это позволит рефинансировать ранее выданные кредиты. Помимо этого правительство обещает предоставлять покупателям жилья налоговый вычет, эквивалентный 10% от стоимости недвижимости, но не превышающий 15 тыс. долл. Рассматриваются дополнительные возможности удешевления обслуживания ипотечного кредита путем снижения процентных ставок, списания части ипотечного долга или продления срока выплаты.

Насколько эти действия окажутся эффективными, сказать никто не может. Прежде всего, в силу того

что природу нынешнего кризиса мало кто понимает.

Пока с полной определенностью можно сказать об одном: рынок недвижимости будет способен на рост только тогда, когда выправится ситуация и во всех остальных секторах экономики. Правда, это не означает, что нужно сидеть и ждать, сложа руки. Ведь Рузвельт доказал, что строительство – это довольно мощный рычаг. А когда случаются катастрофы подобного масштаба, ни от одного инструмента не стоит отказываться.

### БОНУСЫ ДЛЯ МИЛЛИОНЕРОВ

Не менее скверное положение на российском рынке жилья продемонстрировало, что мы уже прочно встроились в мировую экономику. Но застройщики, похоже, в это не верили. С удивлением они наблюдали, как скоростно скончалась ипотека. Банки, еще недавно с невиданной щедростью раздававшие кредиты на строительство, спрятали кошельки и потребовали возвращения займов. Фирмы начали консервировать стройки и распродавать с таким трудом добытые земельные участки. В общем, все как на Западе. С той только разницей, что первые порывы ветра, предвещавшего наступающий кризис, у нас-то были зафиксированы еще два года назад.

Рынок элитной недвижимости был перегрет уже тогда. К примеру, в 2006-м вокруг Москвы строилось более 400 коттеджных поселков, две трети домов в которых были нераспроданы. Однако застройщиков это не смущало. В прошлом году, когда пришествие кризиса на российскую

землю стало очевидным, наперекор всему было заложено еще несколько поселков бизнес-класса.

В результате пришлось сбросить цены на особняки. Сначала на 10%, потом еще больше. Эксперты предсказывают, что к нынешнему лету их стоимость упадет как минимум на 40%. А земля, несомненно, подешевеет еще больше.

Чтобы подогреть интерес к невостребованным дворцам, подмосковные застройщики готовы предложить потенциальным покупателям такие бонусы и подарки, которыми позавидуют и зарубежные коллеги. Скажем, в одном из «бобровых заповедников» будущим владельцам обещают бесплатные электромобили. Строители, осваивающие окрестности Ново-Рижского шоссе, пошли еще дальше, посулив каждой семье по иномарке. На Рублевке, приобретая дом площадью более 665 м, новосел получит 130 квадратов в качестве подарка от фирмы. Да и это не предел. Тому, кто приобретет коттедж в поселке Высокий берег, обещана однокомнатная квартира в апарт-отеле. Есть предложения рассрочки на 5–15 лет, есть гарантии возвращения трети стоимости покупки, если цены недвижимости упадут еще больше. Но, судя по темпам продаж, на эти роскошные приманки клюют не многие.

Иное положение в Москве. Здесь цены стоят непоколебимо. Колебания в 1–2% в частном секторе не в счет. Основные строительные компании, подпертые 50-миллиардным (в долларах) бюджетом Москвы чувствуют себя уверенно. И хотя главный московский строитель Влади-

мир Ресин о прогнозах на 2009 г. говорит весьма осторожно, но и особых опасений не выражает. Во всяком случае, он уверен, что «в целом объемы строительства в Москве сохранятся», да и «снижать сейчас в панике цены, поддаваясь на давление со стороны некоторых экспертов, – это значит действовать в убыток».

Более того, именно во вложении денег в строительство Владимир Ресин, как и Рузвельт, видит выход из кризиса, подчеркивая, что это не только инвестиции в будущее, но и обеспечение занятости в целом ряде отраслей. А потому московским правительством уже разработана серьезная программа по соинвестированию незавершенного строительства.

«Поддержать компанию, которая по причине кризиса не в состоянии завершить проект, находящийся в высокой степени готовности, – это правильно, – считает глава столичного стройкомплекса. – Ответственные застройщики, которые испытывают объективные трудности, должны получить поддержку для того, чтобы в трудное время они смогли сохранить квалифицированный трудовой коллектив, «белые зарплаты» сотрудников, предоставить рабочие места сокращаемым с коммерческих объектов рабочим».

Заказ города поможет строителям продержаться, а потом и они, в свою очередь, поспособствуют реанимации других секторов. Возможно, именно таким путем мы шаг за шагом выйдем из кризиса. Рецепт, как уже отмечалось, – не новый. Но зато надежный. Из тех, что никогда не навредят.

Андрей ВАСИЛЬЕВ



# Упаковочный рынок сохраняет оптимизм

С 15 по 19 июня 2009 г. в МВЦ «Крокус Экспо» пройдет 14-я Международная специализированная выставка машин и оборудования, материалов и технологий для изготовления упаковки для всех отраслей промышленности «Росупак».

**Н**е существует такой отрасли промышленности или сферы человеческой деятельности, в которой не использовалась бы упаковка. И нет такого вида упаковки, которая не была бы представлена на крупнейшей в России и Восточной Европе выставке данного направления – «Росупак», которую традиционно организует Международная выставочная компания МВК.

«Росупак» – это, скорее, форум, целое созвездие экспозиций, посвященных самым разным аспектам и особенностям упаковочной индустрии.

В двух павильонах выставочного центра развернутся международные специализированные выставки Foodmash (оборудование и технологии для пищевой и перерабатывающей промышленности), «Упакмаш» (технологии и оборудование для упаковочной индустрии), «Логистика и склад» (оборудование и технологии логистики и складского дела), салоны «Люксупак» (упаковка премиум-класса, технологии для ее производства и декорирования), «Алюмуapak» (алюминиевая упаковка).

В этом году выставка проходит в непростых условиях – снижение экономической активности, уменьшение доходов, финансовые трудности, все это не может не оказать влияния на экспонентов и посетителей.



Сейчас главным для представителей упаковочной и смежных отраслей, как, впрочем, и для любого предприятия, является поддержание продаж и поиск новых рынков сбыта. Поэтому и выставки должны со-



**Выставка «Росупак-2008», которая проходила в МВЦ «Крокус Экспо» в июне прошлого года, привлекла 896 экспонентов из 33 стран мира. Общая площадь выставочной экспозиции составила почти 47 тыс. кв. м. За пять дней работы ее посетили 25,7 тыс. специалистов. В соответствии с правилами аудита UFI, статистические данные выставки прошли аудиторскую проверку.**

действовать решению именно этой, основной, задачи, то есть стимулировать спрос, привлекать целевого посетителя, покупателя продукции (байера), а не просто праздно шатающегося.

Для того, чтобы помочь экспонентам, в январе 2009 г. был проведен качественный аудит выставки «Росупак»: он позволил определить байерский потенциал предстоящей в июне выставки. Эти данные чрезвычайно актуальны, ведь компаниям важно получить маркетинговую информацию, узнать планы, намерения и интересы своих потребителей и определить собственную стратегию на рынке в сложившейся экономической ситуации.

Данные аудита подтверждают, что «Росупак» вызывает большой интерес у потребителей упаковочной индустрии. Респонденты отметили, что выставка утвердилась в роли ведущего российского смотра данной отрасли. Исходя из этого, 88% респондентов выразили намерение посетить все выставки в рамках «Росупака». Мнения респондентов о состоянии рынка сводятся к одному: рынок жив, хотя влияние кризиса ощутимо.

Компании, работающие в пищевой промышленности, а также крупные компании чувствуют себя достаточно уверенно. Некоторые организации даже открывают новые направления. Они видят позитивные моменты в том, что с рынка уйдут слабые игроки и в целом рынок повернется к отечественному производителю.

Тематический раздел выставки «Упаковочные материалы» интересует 79% общего количества потенциальных посетителей, «Готовая упаковка» – 67%, «Упаковочные машины и технологии, оборудование для производства упаковки» – 61%, «Упаковка премиум-класса» – 41%, Foodmash – 40%, «Логистика и склад» – 37%, «Алюминиевая упаковка» – 26% общего количества посетителей. В качестве цели посещения выставки подавляющая часть респондентов называют закупки или проведение переговоров о закупках, установление (поддержание) деловых контактов и изучение обстановки на рынке.

Многие респонденты оценивают выставку «Росупак» с точки зрения «зеркального отображения ситуации на рынке» и в качестве своей главной цели отмечают общее ознакомление с ситуацией на рынке и в отдельных компаниях. Компании, планирующие закупки во втором полугодии 2009 г., определяют цель посещения как осуществление инвестиций и поддержание деловых контактов.

Интересную особенность принятия решения респондентами выявил вопрос о перспективах инвести-

Международная выставочная компания MVK вступила в члены Национальной конфедерации упаковщиков (НКПак) – отраслевого объединения, действующего в интересах участников рынка упаковки.

Важнейшими задачами НКПак являются консолидация российской упаковочной отрасли; организация эффективного взаимодействия с государственными структурами; сотрудничество с отраслевыми объединениями и другое. Поставленные задачи во многом соответствуют целям и задачам, стоящим перед MVK и выставкой «Росупак», вносящей весомый вклад в развитие упаковочной отрасли России и Восточной Европы. Вступление в НКПак позволит объединить усилия в решении общих задач упаковочного сообщества России. В настоящее время в НКПак насчитывается 42 члена из 20 регионов России.

вания. Около 20% посетителей затруднились дать ответ о своих инвестиционных планах во 2-м полугодии 2009 г. Они связывают это, с одной стороны, с нестабильной экономической ситуацией, а с другой – с перспективами выставки «Росупак». Эта категория посетителей потенциально готова на инвестиции, однако окончательное решение зависит от того, что они увидят на «Росупаке». По их словам, объем инвестиций будет напрямую зависеть от представленных на выставке товаров. Чуть более 66% потребителей технологий упаковочной и пищевой отраслей твердо планируют осуществить инвестиции во второй половине 2009 г.

Таким образом выставка «Росупак» и сопутствующие ей экспозиции призваны стать ресурсом поддержания и развития бизнеса экспонентов и посетите-

лей, катализатором следующего этапа развития данных отраслей.

Ирина МУРАВЬЕВА

- **МОБИЛЬНЫЕ ВЫСТАВОЧНЫЕ СТЕНДЫ**
- **НЕСТАНДАРТНОЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**
- **ТРАНСФОРМИРУЕМЫЕ ЗАСТРОЙКИ МНОГОРАЗОВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**
- **ПРОЕКТИРОВАНИЕ И СТРОИТЕЛЬСТВО ВЫСТАВОЧНЫХ ЭКСПОЗИЦИЙ**
- **ДЕМОЗАЛ (БОЛЕЕ 100 ОБРАЗЦОВ)**



105118, Москва, ул. Буракова, д.27, корп.4, оф.20  
 Т/ф.: (495) 739-06-45 (многоканальный), 926-92-67, 721-06-58  
[www.stand-market.ru](http://www.stand-market.ru) • [info@sm2002.ru](mailto:info@sm2002.ru) • [info@stand-market.ru](mailto:info@stand-market.ru)

# ProMediaTech – навстречу новым идеям

Pro – продвижение товаров и услуг, Media – работа со средствами массовых коммуникаций, Tech – технологии и оборудование.

Так расшифровывается название международного фестиваля технологий продвижения и рекламы, который с успехом прошел со 2 по 5 марта в МВЦ «Крокус Экспо».

Подготовка к фестивалю ProMediaTech началась еще в ноябре прошлого года. В результате 2 марта гостей и участников выставки встречали не только дизайнерские стенды, но и море веселья, музыки и необычных, творческих, работ. Международный фестиваль продвижения и рекламы ProMediaTech собрал на одной площадке более 180 российских и иностранных компаний, работающих на рынке event-индустрии, рекламы, маркетинга, PR, IT- и интернет-технологий, чтобы продемонстрировать весь арсенал разработанных ими средств. «Однажды мы проанализировали выставочную программу Москвы и обнаружили, что в ней нет универсального мероприятия,

представляющего все разнообразие маркетинговой деятельности и последние достижения в этой области. Между тем в выставочных программах за рубежом эта тематика активно представлена», – рассказывает организатор проекта Анна Корзунова. Действительно, уже давно пользуются популярностью такие международные выставки, как The International Direct Marketing Fair, Technology for Marketing и Promotional Marketing в Лондоне, Marketing at Retail и Marketing Direct Expo, организуемые в Париже. В этих экспозициях участвуют рекламные и маркетинговые агентства, компании, занимающиеся продвижением брендов и разработкой творческих решений. Тогда и родилась идея

ProMediaTech – неординарного проекта, который по задумке организаторов должен представить на суд профессионалов и любителей самый широкий спектр маркетинговых и рекламных технологий продвижения товаров и услуг. «Мы сделали основной упор на то, что мероприятие должно быть максимально интерактивным и зрелищным, поэтому и выбрали формат не выставки, не конференции, а фестиваля», – добавляет Анна.

Без ложной скромности можно сказать, что фестиваль ProMediaTech удался. Каждая экспозиция отличалась эксклюзивной застройкой. Среди посетителей (более 9 тыс. человек) можно было встретить и представителей СМИ, и PR-агентств, и маркетологов, и художников, и специалистов в области высоких технологий, и многих других. На площади в более чем 10 тыс. кв. м Телевизионное экранное агентство, компании «Арт Полимедиа», «Апельсин», AV Mediasystems, рекламное агентство «ПАПА», «БилдЭкспо Сити», «Эк-сибер», МВК Дизайн, «Эстелар – выставочный сервис», «РеалЭкспо Сервис», «Грата Продакшн» и многие другие продемонстрировали примеры настоящих произведений искусства стендового дизайна.

Особенностью ProMediaTech стало объединение демонстрации новых решений рекламных компаний и основательной деловой программы, отражающей последние тенденции рынка рекламы. Ключевым деловым мероприятием фестиваля, привлечшим внимание про-



фессионалов, несомненно, стала конференция «Передовые технологии в продвижении бренда». В течение двух дней своим опытом делились эксперты в области маркетинга и брендинга, представители профессиональных ассоциаций, топ-менеджеры компаний ADJ Consulting, Trout&Partners Russia, Depot WPF, «PROПаганда», журнала Identity и многих других. Особый интерес вызвала заключительная сессия конференции, посвященная новым способам и формам продвижения бренда на рынке. Многие иностранные специалисты с удовольствием делились опытом с русскими коллегами.

Кроме конференций, участников и гостей фестиваля порадовала интересная конкурсная программа. Московская Ассоциация предпринимателей выступила организатором конкурса инновационных проектов в сфере технологий продвижения и рекламы «КонИРек». Лучшие работы конкурса рекламных роликов, организованного компанией Forward Media совместно с МВЦ «Крокус Экспо», демонстри-

ровались в павильонах на больших мониторах в течение всего фестиваля и вызвали живой интерес не только у участников конкурсов. Одним из самых зрелищных событий в насыщенной программе выставочного проекта стала демонстрация работ и награждение победителей конкурса молодых дизайнеров, организованного МВЦ «Крокус Экспо» совместно с интернет-порталом Free-lance.ru. На протяжении всех дней работы фестиваля посетители могли оценить экспозицию участников конкурса «Весна в себе», а также необычную выставку компании «Аромамедиа», которая уютно расположилась среди работ дизайнеров. Изюминкой фестиваля стал профессиональный конкурс для компаний-застройщиков экспозиций, производителей и поставщиков экспозиционных систем и технологий, а также практикующих дизайнеров – «Эксподизайн-2009».

В течение всех дней работы фестиваля гостей сопровождали различные шоу-программы, были организованы мастер-классы и семи-

нары на актуальные для специалистов событийной индустрии темы. Компании-участники проводили презентации своих возможностей и новых проектов прямо в выставочном зале.

В условиях изменений, происходящих на рынке маркетинга и рекламы, ProMediaTech стал источником информации о последних тенденциях продвижения, дал возможность оценить ситуацию и опередить конкурентов. Соучредитель и генеральный директор студии ArtGraphics.ru Андрей Пуртов на церемонии открытия фестиваля отметил: «Несмотря на экономические изменения, произошедшие в мире, для многих компаний на маркетинговом и рекламном рынке сейчас появляется возможность переоценить ситуацию и опередить конкурентов, а фестиваль – это источник информации о последних тенденциях в мире продвижения, на которую необходимо опираться для минимизации потерь от экономического кризиса».

Петр КОЗЛОВ

**Компания "Calisto Catering"**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**  
**КЛАССА ЛЮКС**

# LUX

**ЧАСТНАЯ ВЕЧЕРИНКА**  
**ДЕЛОВОЙ ОБЕД**  
**БАНКЕТ**  
**КОФЕ-БРЕЙК**  
**ФУРШЕТ**

**ДОСТАВКА БЛЮД**

- СЪЕМОЧНЫЕ ПЛОЩАДКИ
- ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ
- БИЗНЕС-ЦЕНТР
- АЭРОПОРТ
- ОФИС

---

- индивидуальное меню
- фото-видеосъемка
- декорация зала
- музыкальное сопровождение
- трансфер

*Calisto Catering*

Адрес: Крокус Экспо, пересечение  
 66 км МКАД и Волоколамского шоссе  
**Телефон +7 (495) 740-333-9**  
**e-mail: calisto-banquet@mail.ru**  
**www.calistocatering.ru**

# Попали в молоко

16–19 марта 2009 г. в МВЦ «Крокус Экспо» состоялись VII Международный форум «Молочная индустрия–2009» и VIII Международный форум «Мясная индустрия–2009» – самые авторитетные события мясной и молочной отраслей России, во многом определяющие стратегию их развития.

Сельскохозяйственные выставки в 2009 г. прошли под эгидой крупных изменений в агропродовольственном секторе экономики. Экономический кризис внес свои коррективы в развитие мясной и молочной промышленности, и основная задача организаторов сегодня – наладить эффективный диалог между молочными и мясными союзами и представителями государственной власти.

Главной темой для дискуссий на форуме «Молочная индустрия–2009» стал вступивший в силу 20 декабря 2008 г. федеральный закон, закрепляющий «Технический регламент на молоко и молочные продукты». Несмотря на то, что разработчиками закона были представители Молочного союза России, принятая редакция не устраивает многих представителей отрасли. Требование обязательного наименования продукта, изготовленного из восстановленного молока, «молочным

напитком» может иметь двоякие последствия. С одной стороны, это приведет к росту цен на продукцию российских животноводов и к стимулированию производства отечественного молока, которое выигрывает в качестве перед импортным «попорошковым», что немаловажно в период кризиса. С другой стороны, могут вырасти поставки на рынок

зов. Для решения этих и других вопросов в рамках деловой программы форумов прошли съезд Молочного союза России, панельная дискуссия лидеров молочной отрасли России «Состояние молочной индустрии в мире и в Российской Федерации», научно-практические конференции «Новое в нормативно-техническом обеспечении молочной отрасли».

**Потребление мяса на душу населения в России к концу 2008 г. составило около 60 кг, что на 35 кг ниже, чем в западных странах**

«теневого» продукции. Ведь контролировать выполнение новых технических правил будет сложно из-за отсутствия персонала и достаточно количества оборудования.

Не менее остро стоит вопрос о привлечении инвестиций в отрасль и выработке единой стратегии антикризисных мер для отраслевых сою-

Стандарты организаций», «Экономика, юридическое сопровождение, финансы и бухгалтер на молочном предприятии», «Новейшие технологические и управленческие решения молочного животноводства», «Современные методы определения качества и безопасности молочной продукции» и многие другие меро-



приятия, семинары и круглые столы, связанные с технологией молочного животноводства, развитием рынка комбикормов, аспектами обслуживания молочного стада и технологиями кормопроизводства.

Впервые, причем не только в рамках форума «Молочная индустрия», но и в России вообще, состоялся международный «Салон сыра». Это уникальное событие заняло целых три дня: «День голубых сыров», «День моцареллы» и «День российского сыра». «Салон сыра» был представлен отдельной экспозицией и сопровождался обширной программой, включающей круглые столы, конкурсы, дегустации и презентации наиболее известных в мире видов сыра, оборудования и ингредиентов. К участию в мероприятии были приглашены представители российских и иностранных органов государственной власти, отечественные и зарубежные поставщики сыра, производители оборудования и ингредиентов, а также представители торговых компаний, рестораны и отели.

Решение проблемы укрепления российского мясного рынка стало центральной темой для обсуждения в рамках форума «Мясная индустрия–2009». По данным Федеральной службы государственной статистики, баланс производства и потребления говядины, мяса птицы, полуфабрикатов и колбасных изделий (кроме свинины) в период с октября по декабрь 2008 г. формировался под влиянием увеличения объемов внутрен-

него производства и сокращения объемов импорта. Однако в сентябре-октябре 2008 г. емкость рынка мясной продукции уменьшалась практически во всех сегментах кроме полуфабрикатов из-за вынужденного снижения цены на продукцию и одновременного сокращения поставок мяса. У основных игроков дальней-

ного саммита с участием российских и зарубежных профессионалов в области мясного бизнеса, панельной дискуссии «Мясная отрасль России. Развитие после кризиса» и на других мероприятиях деловой программы форума «Мясная индустрия– 2009».

К сожалению, возможности встретиться и обсудить ключевые

**Импорт свежего и замороженного мяса в Россию в 2008 г. вырос на 14,2% до 1,6 млн т с 1,4 млн т в 2007 г. В денежном выражении рост составил 43,4% (с 3,4 млрд до 4,9 млрд долл.). Об этом свидетельствуют данные Федеральной таможенной службы. Импорт свежего и замороженного мяса птицы сократился на 5,4% до 1,2 млн т, а в денежном выражении вырос на 27,6% до 1,3 млрд долл.**

шие перспективы импорта продукции вызывают серьезные опасения. Сегодня импортная зависимость по мясной отрасли составляет около 40%. Общее снижение темпов развития отрасли заставляет представителей мясных союзов (Мясной союз России, Национальная мясная ассоциация и др.) пересматривать стратегии своего развития. Остаются открытыми вопросы борьбы с контрабандой мясной продукции, соблюдения санитарных норм и многие другие. Эти и другие проблемы обсуждались в рамках Международного мяс-

проблемы рынка у представителей молочной и мясной отрасли случаются не часто. Форумы «Молочная индустрия» и «Мясная индустрия» – одни из немногих специализированных отраслевых выставок, в работе которых принимают участие руководители федеральных и региональных органов власти, профильных международных и национальных организаций, руководители и специалисты предприятий молочной промышленности, животноводства, научно-исследовательских и учебных учреждений. «Уровень диалога между представителями мясной отрасли и Правительства РФ в последние годы вырос как в количестве контактов, так и в презентабельности проектов, – считает председатель правления Мясного союза России Мушег Мамиконян. – Сложность заключается лишь в том, что правительство ответственно за многие отрасли и международные обязательства, поэтому любое решение – это компромисс: такова экономическая политика, и не только в России». Поэтому организация, посещение и участие в профильных выставочных мероприятиях остается основной возможностью для всех представителей отрасли наладить конструктивный диалог на всех уровнях.



# Валенсия: ЛОКОМОТИВ прогресса

В самый разгар событий 1917 г. в России, когда весь мир содрогался от грохота орудий, в Валенсии был открыт первый в Испании выставочный центр Feria Valencia. И комплекс, следуя общему накалу времени, произвел революцию в мировой выставочной индустрии.



**Алексей ШАБУРОВ** – генеральный директор компании MBK. Автор многих материалов о выставочных центрах мира, опубликованных в журнале «Бизнес и Выставки». Организацией специализированных торговых выставок занимается с начала 90-х годов. Является инициатором и вдохновителем ряда нестандартных имиджевых выставочных проектов, среди которых выставка на Эйфелевой башне; продвижение выставочных идей на Северном полюсе; в стратосфере; экспозиция, посвященная истории и искусству каллиграфии. Популяризации выставочной деятельности и объяснению ее значимости для экономического развития городов и стран мира послужили его статьи об экспозиционных комплексах в Абу-Даби, Барселоне, Кельне, Лас-Вегасе, Орландо, Чикаго.

**Н**о почему Валенсия, а не Мадрид? Ответ прост: выставочный комплекс очень удачно расположен на Средиземноморской дуге, в нескольких минутах езды от Валенсии, третьего по величине города в Испании. Такое расположение имеет ряд неоспоримых преимуществ: совершенная транспортная доступность, развитая инфраструктура, международный океанский порт, разветвленная сеть железных дорог и международный аэропорт. Да и кто сказал, что организации, приносящие огромную прибыль стране, должны обязательно располагаться в столицах?

Уже тогда Валенсия была динамично развивающимся городом с очень большими планами на будущее. Экономика страны росла, промышленность набирала обороты, да к тому же именно в Валенсии были построены многие промышленные предприятия, Валенсия стала центром текстильной промышленности страны. Можно ли найти более удачное место для проведения мировых промышленных выставок?

«Революция», устроенная хозяевами выставочного центра Feria Valencia, была, конечно, бескровной и привела город и всю Испанию к дальнейшему процветанию. Посудите сами: в городе есть множество промышленных предприятий, производящих тысячи тонн продукции в год. Где найти покупателя? Конечно, на выставке! Но возить тяжелые ткани, сырье и металлоизделия в другие города – де-

ло дорогое и сложное. Поэтому с самого начала выставочный центр был включен в общую стратегию развития экономики города Валенсия, а вместе с тем и страны.

Высокий статус выставочного центра подтверждается еще и тем, что Feria Valencia является соучредителем таких организаций, как UFI (Всемирный союз выставочной индустрии), AFE (Ассоциация выставок Испании) и МТФА (Среди-

СТРУКТУРА ПЛОЩАДИ ВЫСТАВОЧНОГО КОМПЛЕКСА	
тыс. кв. м	
8 выставочных павильонов	231
Конференц-залы	71,5
Технические и вспомогательные помещения	108,8
Складские и транспортные площади	54,3
Открытая выставочная площадь	45,2
Число автостояночных мест (тыс. ед.)	7

земноморская ассоциация выставок и ярмарок). Кроме этого, Feria Valencia является полноправным членом таких крупнейших организаций, как ЕМЕСА (Ассоциация основных выставочных центров Европы), AFIDA (Международная ассоциация американских выставок) и IAEE (Международная ассоциация выставочных мероприятий). И это еще не самый полный список. Все это помогает Feria Valencia ежегодно проводить более 50 крупнейших выставок, на которых зачастую рождаются идеи, ускоряющие мировой технический прогресс. Взять хотя бы тот факт, что Feria Valencia одной из первых перешла на ис-



пользование новых технологий в системе менеджмента и была первой европейской выставочной компанией, которая ввела в пользование системы SAP R/3 и GIS Geographical Information System (SERPA). Feria Valencia является первой выставочной компанией в Испании и одной из первых в мире, которая получила сертификат качества AENOR, соответствующий сертификатам качества ISO 9001/2000. Также это одна из первых компаний, которая проходит сертификацию всех выставок по системе QAFE, реализуемой компанией Lloyd's Register Quality Assurance. Ну чем не «локомотив прогресса»!

Но даже такая положительная экономическая составляющая не остановила владельцев выставочного центра – они вовремя поняли, что выставки не могут быть единственным занятием, это слишком узко. Тем более огромные павильоны выставочного центра позволяют очень многое... Так родилось решение проводить здесь крупные всемирные конференции и круглые столы с участием высших лиц государств.

Естественно, будучи рупором прогресса и передовых технологий, выставочный центр Feria Valencia не остается в стороне и от современных политических течений. Так, например, выставочный центр на данный момент признан лидером в сфере глобализации деятельности компаний. Центр делает даже больше, чем просто содействует процессам глобализации: выступает в качестве организатора выставок во многих странах мира, экспортирует и внедряет собственную систему менеджмента организаций, тем самым укрепляя собственные лидирующие позиции в качестве международно-

**FIM** – одна из ведущих выставок мебели в Европе, представляющая новые коллекции мебели, интерьерный декор, текстиль и светильники известных зарубежных дизайнеров. Выставка играет важную роль в развитии рынка мебели, укреплении деловых связей между производителями, торгующими организациями и покупателями мебельной продукции. В ней участвуют производители, конструкторы и дизайнеры мебели. FIM проводится параллельно с международной выставкой осветительного оборудования **FIAM** и международной выставкой керамических, стеклянных и декоративных изделий **DECO CEVIDER**.

**CEVISAMA** – международная выставка керамики и сантехники. Проводится ежегодно уже 28 лет. На ней выставляются изделия из керамики, оборудование для ванных комнат и кухни, инструменты и услуги. Является площадкой для экспонирования новых тенденций, продуктов, инновационных технологий.



го выставочного комплекса. Целью подобных инициатив компании FERIA Valencia является продвижение испанских компаний и выставочных проектов в мире.

Выставочный центр FERIA Valencia – это целый мир с общей площадью 600 тыс. кв. м. Как и полагается комплексу такого класса, все его павильоны оснащены самыми современными системами, улучшающими и без того комфортное проведение выставок. В выходные дни в центр приходят, чтобы отдохнуть, посидеть в уютном ресторанчике, посмотреть кино.

Комплекс продолжает развиваться. В ближайших планах – расширение выставочной площади на 17,3 тыс. кв. м, увеличение числа стоянок для автомобилей на тысячу.

Все это вместе делает FERIA Valencia важным, популярным и самым посещаемым выставочным местом Испании – только в прошлом году выставочные павильоны FERIA Valencia посетило 1,3 млн человек из всех уголков земного шара, а в выставках приняло участие более 12 тыс. компаний. Каждый год выставочный центр приносит экономике страны около 800 млн евро. И не страшно, что мировой кризис немного «сократил» все эти внушительные цифры – выставочный центр FERIA Valencia совершил в 1917 г. революцию и по сей день продолжает оставаться лидером революционного движения в выставочной индустрии.

*Алексей ШАБУРОВ,  
генеральный директор  
компании MBK*

**TCV** – международная туристическая выставка. Проводится ежегодно. В ней участвуют испанские и международные туристические компании, отели, производители туристического оборудования и принадлежностей для отдыха.

**ECOFIRA** – выставка, посвященная инновационным технологиям в области добычи и использования природных ресурсов, перерабатывающей промышленности, охране окружающей среды и переработке отходов. В рамках выставки проводятся тематические семинары и лекции, цель которых – поиск путей решения экологических проблем. Проводится раз в два года.

**Jewellery and Watching** – выставка драгоценностей, ювелирных украшений и часов. Проводится с 1965 г. ежегодно. Выставляется продукция высокого качества, что позиционировало ее как одну из лучших выставок в своей области.

**ORPROTEC** – международная выставка ортопедических средств и технологий реабилитации, технологий для инвалидов и пожилых людей. Единственная выставка, охватывающая весь спектр решений, разработок и услуг в данной области. Участники выставки – ведущие компании, специалисты в области медицины и поставщики медицинского оборудования из многих стран Европы, Азии и Латинской Америки. Проводится ежегодно.



4-я Международная выставка-ярмарка:  
ювелирные изделия, часы, предметы интерьера

# «ЗОЛОТОЙ ГЛОБУС. ПОДАРКИ»

28–31 октября 2009 г.



 **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

143400, Московская область, г. Красногорск, п/о „Красногорск-4“, а/я 92  
65-66км МКАД (пересечение с Волоколамским шоссе)  
Дирекция выставки: +7 (495) 983-06-71  
E-mail: [globe@crocus-off.ru](mailto:globe@crocus-off.ru), [tamara@crocus-off.ru](mailto:tamara@crocus-off.ru)  
[www.goldenglobe.ru](http://www.goldenglobe.ru)

# Новое китайское чудо

Новый китайский международный выставочный центр (New China International Exhibition Center – NCIEC) поражает своим величием и многофункциональностью. Кажется, все в нем продумано до мелочей. Это не просто выставочная площадь, а огромный современный комфортабельный комплекс, включающий в себя всевозможные помещения различного предназначения – от выставочных павильонов до огромных конференц-залов и салонов для занятий фитнесом.



До недавнего времени самым крупным и самым популярным выставочным комплексом Пекина считался Китайский международный выставочный центр. Именно здесь по традиции проводились самые известные выставки и ярмарки. Со времени своего образования (1985 г.) этот центр принял более тысячи выставок, причем ежегодно здесь проводятся до 100 различных мероприятий. Общая выставочная площадь старого пекинского выставочного комплекса составляет 80 тыс. кв. м (за 20 лет она неоднократно увеличивалась), объем торговли достигает 500 млрд юаней в год (около 73,5 млрд долл.). Вместе с тем, по мнению многих специали-

стов, оборудование и масштабы этой выставочной площадки с некоторого времени перестали в полной мере удовлетворять потребности проводимых в нем выставок.

Именно поэтому и был создан проект нового китайского международного выставочного центра, получившего соответствующее название. По замыслу организаторов, он должен стать визитной карточкой столицы КНР, воплотив в себе новейшие достижения и технологии, ставящие его в один ряд с международными выставочными «мэтрами».

Строительство Нового китайского международного выставочного центра было разделено на 2 фазы. Сооружение помещений в рамках

первого этапа формально было окончено 25 сентября 2006 г. и они введены в эксплуатацию в марте 2008 г. Сроки сдачи второй части комплекса еще не объявлены.

На строительство выставочных помещений в рамках первой фазы в общей сложности было потрачено 2,9 млрд юаней (более 400 млн долл.). Предполагается, что общие капиталовложения в проект составят более 11,6 млрд юаней (1,7 млрд долл.).

Новый комплекс одновременно может принять 100 тыс. человек. Общая, обеспеченная проектом планировки, территория Нового китайского международного выставочного центра составляет 155,5 гектара. На общую надземную конструктивную площадь приходится 660 тыс. кв. м, в том числе 400 тыс. кв. м – надземная конструктивная площадь выставочных павильонов, включая 200 тыс. кв. м выставочного пространства 16 обширных выставочных холлов без колонн (для проведения масштабных шоу и презентаций). Причем каждый холл может быть разделен или соединен с соседним для проведения мероприятий различного размера, масштаба и значимости.

Универсальным площадкам принадлежит 260 тыс. кв. м надземной площади. Из них 100 тыс. кв. м зани-



**Ежегодный доход, приносимый Новым китайским выставочным центром будет составлять почти 90 млн долл. в год. Кроме того, этот комплекс будет приносить ежегодно более 900 млн долл. смежным отраслям промышленности.**

**Процент использования недвижимости в расположенных недалеко от выставочного центра отелях превышает 70%. А прибыль ресторана McDonald's только в первый день работы комплекса составила 22 тыс. долл.**

мает торгово-развлекательный комплекс, оборудованный местом для покупок, залами для занятий фитнесом, ресторанами, кафе и барами, а также помещениями для проведения приемов и развлекательных мероприятий. Отели занимают 85 тыс. кв. м, офисные здания, состоящие из конференц-залов, бизнес-центров, помещений для семинарских занятий и комнат для переговоров – 75 тыс. кв. м.

Планируется, что в новом выставочном центре Пекина ежегодно будет проводиться до 300 международных и неограниченное количество китайских мероприятий. Со времени открытия комплекса, возведенного в рамках первой фазы, в нем уже было успешно проведено 17 крупномасштабных выставок. Среди наиболее известных можно назвать Китайскую международную выставку одежды и аксессуаров (это первое мероприятие, прошедшее в новом здании), Пекинскую международную автомобильную выставку, 22-ю Китайскую международную выставку спортивных товаров, 9-ю Китайскую международную выставку механических станков.

За это же время выставочный центр успели посетить немало известных в Поднебесной персон: вице-президент Постоянного ко-

митета Всекитайского собрания народных представителей, председатель Китайского совета по международной торговле, представитель Министерства строительства КНР, президент Китайской ассоциации текстильной промышленности, генеральный секретарь Китайской ассоциации одежды и другие, не менее уважаемые официальные лица.



Если же рассуждать на популярную сегодня тему влияния финансового кризиса на все отрасли промышленности, можно смело утверждать, что выставочную индустрию он затронул в меньшей степени. Так, директор Комиссии по культуре района Шуньйи (Пекин) полагает, что ежегодный доход, приносимый Новым китайским выставочным центром (причем лишь его первой, уже построенной части) будет составлять 600 млн юаней (почти 90 млн долл.) в

год. Кроме того, по словам эксперта, этот же комплекс будет приносить ежегодно более 6 млрд юаней (900 млн долл.) смежным отраслям промышленности. Например, процент использования недвижимости в расположенных недалеко от выставочного центра отелях уже превышает 70%. А прибыль ресторана McDonald's только в первый день работы составила 150 тыс. юаней (22 тыс. долл.)! На территории Нового центра уже сейчас находятся более 75 различных предприятий. К тому же, здесь планируется проводить более 70% всех крупномасштабных выставок – как правило, они все имеют зафиксированные сроки проведения. Так что можно не опасаться, что финансовый кризис окажет какое-либо негативное влияние на бизнес Нового китайского международного выставочного центра – проекта, который специально был создан в лучших традициях современной выставочной индустрии; комплекса с всесторонними удобствами и идеальными

условиями для проведения любых мероприятий самого разного направления и характера.

Помимо использования по прямому назначению, центр вполне подходит для проведения всевозможных собраний, концертов и спортивных соревнований. Ежедневно Новый китайский выставочный центр (причем только первую его часть) посещают более 30 тыс. человек. Цифры, безусловно, впечатляют. Остается лишь догадываться, что еще может преподнести гостям со всего мира открытие второй части комплекса. Уже сейчас можно предположить, что он превзойдет все даже самые смелые ожидания.

*Евгений КОЛЕСОВ,  
генеральный директор  
российской компании Optim Consult,  
г. Гуанчжоу, Китай.*



# Камнем вниз

В Деловом центре Торгово-промышленной палаты РФ состоялся семинар «Оценка рисков и управление выставочной компанией в период кризиса». Своим видением ситуации поделился президент ЭкспоМедиаГруппы «Старая крепость», председатель правления Фонда экономического сотрудничества и партнерства ECPA Foundation Андрей Маслак.



## КАРТИНА МАСЛОМ

Анализ общеэкономической ситуации в стране и в мире, а также конкретно в выставочной отрасли был неутешительным.

А. Маслак предположил, что сегодня никто не в состоянии адекватно и объективно оценить, что же происходит в экономике на самом деле. Как благоприятные, так и самые неблагоприятные прогнозы имеют равные шансы оказаться верными, поскольку нет понимания сути кризиса. «Мы чересчур оптимистичны, мы пытаемся закрывать глаза на то, что происхо-

дит, оградить себя от неприятных оценок», — говорит А. Маслак. Предложенный им прогноз совершенно очевидно имел целью вывести аудиторию из состояния успокоенности и заставить ее посмотреть в глаза реальности.

Итак, картина, нарисованная ведущим семинара, выглядела следующим образом: через полтора-два года доллар будет девальвирован в 3–4 раза. Через 2 года не будет существовать ни евро, ни Европейского союза в его нынешнем виде. В России могут произойти кардинальные общественно-политические потрясения в связи с тем, что к концу года цены на нефть снизятся вдвое по сравнению с нынешним уровнем, безработица составит 20% трудоспособного населения, а ВВП сократится на 30%. Восстановления экономики в США не следует ожидать ранее 2013 г., в России — 2015 г.

«Сценарий жуткий, — признал А. Маслак, — но не менее вероятный, чем всякий другой».

Напуганная аудитория внимала каждому следующему слову ведущего в благоговейной тишине — его попытка заставить каждого из присутствующих экстраполировать макроэкономические показатели на свое собственное дело, усилить восприятие кризиса как реальной угрозы каждому конкретному бизнесу, по-видимому, удалась.

По оценке А. Маслака, сейчас мы вступаем в ту стадию кризиса, которая чревата массовым закрытием производств, что связано с падением спроса, вызванным снижением доходов населения. В бли-

жайшие годы, по-видимому, заметного роста спроса ждать не приходится. Одной из очевидных причин является то, что благодаря доступным кредитам население удовлетворило потребности на некоторое время вперед: уже куплены дачи, машины, бытовая техника, телевизоры, телефоны и так далее.

Констатация этого факта имеет прямое отношение к выставочному бизнесу: нет спроса — образцов товаров становится меньше — сокращаются выставочные площади. Эту зависимость уже можно оценить на конкретном примере: еще осенью в магазинах одной из ведущих торговых сетей Москвы на прилавках было 7 тыс. товарных позиций, сейчас их 1,5 тыс.

Многие экономисты говорят о том, что нынешний кризис не похож на тот, что случился в 1998 г., он гораздо серьезнее. Ситуация усугубляется тем, что за прошедшие после кризиса 10 лет государство не стало эффективнее, не выросла производительность труда, не произошли структурные реформы. Ничего не сделано для того, чтобы решить сырьевую проблему для ряда важных отраслей (пищевой, парфюмерно-косметической, текстильной и др.). Из-за этого складывается парадоксальная ситуация: во всем мире цены падают, а у нас растут. Для выставочного бизнеса очень важна адекватная оценка тех процессов, которые происходят и произойдут в разных отраслях промышленности — ведь выставки не только отражают состояние отраслей, но и зависят от них.

Что касается собственно выставочной индустрии, то, предположил А. Маслак, восстановления следует ожидать не ранее 2016 г. По его оценке, объем рынка выставочных услуг в России составлял в 2008 г. 700 млн долл., в 2009 г. он снизился до 500 млн долл., в 2010 г. — до 300 млн долл., затем начнется медленное восстановление и к 2016 г. будет вновь достигнут уровень 2008 г.

### ОСТАТЬСЯ В ЖИВЫХ

В этих условиях главная задача — остаться в живых и сохранить свой бизнес.

Как известно, выставки являются одной из важных составляющих маркетинговых, то есть сбытовых, усилий любой компании. В обычное время стимулирование сбыта является важной, но лишь одной из целого ряда составляющих в коммуникативном пакете выставки (создание имиджа компании, построение бренда и так далее). Сейчас следует позиционировать выставки именно с этой, сбытовой, точки зрения, понять, что главная

задача выставки — стимулирование спроса. При организации выставки надо давать именно такой сигнал. То, о чем говорилось раньше: что выставка — это место встречи, общения профессионалов, обмен опытом на научных конференциях, все это надо оставить на потом.

Для того чтобы выставочный оператор мог принять решение, какие шаги ему следует предпринять, надо понимать общие процессы, происходящие в выставочной индустрии. Прежде всего, безусловно, на выставочный бизнес, как и на любой другой, оказывает воздействие соперничество компаний, уже действующих в этой отрасли и конкурирующих между собой. Но не менее сильное влияние оказывают и силы, действующие на отрасль извне: по терминологии А. Маслака, это рыночная власть поставщиков; рыночная власть покупателя; угроза субститутов; угроза появления новых конкурентов.

По его оценке, сейчас в Москве выставочные мощности явно из-

быточны, предложение превышает спрос. Поэтому владельцы комплексов пытаются разными способами вывести из оборота избыточные площади. Каждый решает это по своему: ВВЦ предлагает отдать часть площадей под организацию шоу, «Ленэкспо» размышляет о том, не залить ли один из павильонов под круглогодичный каток, «Крокус» думает отдать часть площадей третьего павильона под офисы. Все это правильные ходы, которые позволят снизить арендные ставки.

Негативно влияет на выставочный бизнес такое новое понятие, как субституты. В общем смысле субституты — это помощь сбыту без участия выставок. К субститутам можно отнести такое явление, как «предзаказ». Некая компания приглашает дважды в год своих байеров и показывает им коллекцию. Это явление получило широкое распространение, в частности на рынке спортивных товаров и спортивной одежды. Система «предзаказов» за последние годы уничтожила все, в том числе круп-



**ЯРКИЕ ИДЕИ, ЛЕГКИЕ РЕШЕНИЯ**

#### Сеть магазинов бытовой техники и электроники «МИР»:

- основана в 1993 году
- насчитывает более 60 магазинов в крупнейших городах России
- является обладателями золотой премии «БРЭНД ГОДА/EFFIE-2004», победителем Всероссийского конкурса «Золотые сети» в 2004, 2005 и 2006 г.г.



- ЦИФРОВАЯ ТЕХНИКА
- ЭЛЕКТРОНИКА
- БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

#### Единый формат магазинов:

- площадь от 1 500 м<sup>2</sup>
- ассортимент более 10 000 наименований
- современные торговые технологии

☎ **780 0000**

☎ **8 800 200 2 800** (звонок бесплатный)

www **www.mirinfo.ru**



ные и известные, спортивные выставки. К другим субститутам относятся различные программы стимулирования закупщиков, роуд-шоу и так далее.

Что касается конкуренции со стороны новых игроков, в частности иностранных, то эту угрозу А. Маслак оценивает как невысокую: пока в России не восстановится потребительский спрос, приходить на выставочный рынок иностранцам нет смысла. Даже те компании, которые прежде хотели сюда зайти, теперь пересматривают свои решения. Конкуренция, впрочем, может обостриться с другой стороны – новые торговые центры, которым надо как-то заполнять площади, могут предложить их под выставки.

## ЗАБЫТЬ О ПРИБЫЛИ

В условиях кризиса покупатель стал сверхчувствительным к цене и затратам. Поэтому выставочные компании должны в первую очередь думать о своих клиентах, помогать им снижать общие расходы. При этом надо понимать, что предприятия кардинально сокращают затраты на все средства коммуникации, в том числе и на выставки. Скорее всего, эти урезанные бюджеты будут закреплены и на следующий год. Многие предприятия уже сократили персонал, отвечающий за организацию выставок.

Другими словами, идет возвращение к основам. Выставка снова становится тем, чем она является по своему определению: это съезд для решения проблем сбыта по

минимальным ценам. По наблюдениям А. Маслака, уже происходит и смена клиентуры выставок. На них снова возвращается мелкий оптовик, поскольку неизбежен возврат к мелкой торговле – с рук, с лотков, киосков. «По нашим данным, – сказал он, – в этом году у выставочных операторов уже устарело 40% баз данных. Состав клиентов резко меняется, и это надо учитывать. Поэтому особенно важным становится качественный состав посетителей выставки». Сейчас не до престижа, не важно сколько тысяч или десятков тысяч человек привлекла та или иная выставка – нужны лишь те посетители, которые приходят не посмотреть, а покупать. В этой связи меняется и отношение к рекламе выставки – она должна быть абсолютно адресной, индивидуальной. Если на выставку пришли 2 тыс. серьезных байеров, ее можно считать успешной.

Сегодня, призвал А. Маслак, всем нужно думать о снижении расходов на всех этапах производства и продвижения продукта. О прибыли можно забыть – важно избежать убытков.

Всем выставочным комплексам следовало бы снизить цены на услуги. Может быть, подумать о том, чтобы сократить время проведения выставок (не четыре, а два-три дня), сократить сроки монтажа, стимулировать стандартную застройку (сейчас не до красотей) – это все элементы сокращения расходов. Самое главное – не попасть в зону убыт-

ков, откуда выбраться будет очень трудно, если не невозможно: падение идет очень быстро, а восстановление будет трудным и медленным.

Но уже сейчас надо задуматься о своей стратегии во время следующей фазы, этапа медленного восстановления. Оно потребует других подходов, другого менеджмента и другого уровня компетенции, которого сейчас пока нет.

Есть несколько вариантов таких стратегий. Первый – изъятие капитала и быстрая продажа бизнеса, т. е. фактически выход с рынка. Если принято такое решение – его надо осуществлять как можно скорее, так как активы дешевеют.

Вторая модель поведения – пассивная позиция выживания, простого снижения издержек.

И, наконец, активная позиция консолидации и приобретения активов.

По мнению А. Маслака, выставочная отрасль имеет явные и огромные преимущества перед другими отраслями. Существует понятная и поддающаяся расчету перспектива сохранить общую отраслевую прибыль, не уйти в зону убытков. Но это возможно только путем совместных усилий игроков рынка – путем договоренностей, консолидации, альянсов. Это сложная задача, но только так можно будет сохранить отрасль на плаву.

Он предложил два сценария дальнейшего развития. Если выставочникам удастся договориться между собой, внутри отрасли, в этом случае через два года на рынке останется 500–700 выставок; отрасль будут представлять 10 крупных общенациональных компаний, 30 региональных и 50 нишевых.

Если же игроки «упрутятся», не захотят договариваться и будут пытаться выжить поодиночке, продолжая устраивать однотипные выставки в одно и то же время, перехватывая друг у друга клиентов, тогда общая сумма убытков отрасли составит не менее 100 млн долл.

Участники семинара разошлись в глубокой задумчивости.

Ирина СКИБИНСКАЯ





# ТВОЙ ДОМ

сеть торговых центров



ТВОЙ ДОМ

СТЦ «Твой Дом» один из крупнейших ритейлеров в формате гипермаркетов. Наше стремление в развитии выражается в представлении наилучших и актуальных предложений для покупателей. Для достижения этого мы постоянно расширяем ассортимент представленных у нас фабрик, раскрывая перспективы для новых производителей.

В ближайшее время нами планируется к открытию мебельный торговый центр «Твой Дом – Мебель» в Москве на территории ТВК «Крокус Сити», а также «Твой Дом» в городе Воронеж. Общая площадь расширенных мебельных отделов в строящихся комплексах составит более 60 000 квадратных метров. На этой территории мы планируем разместить арендаторов представляющих продукцию всех направлений, как зарубежного, так и российского производства. Мы уверены, что открытие новых торговых центров гарантирует нам и нашим арендаторам повышенный спрос в мебельном сегменте, и приведёт к ещё большей популяризации марки «Твой Дом» как качественного мебельного центра.

Мы приглашаем Вас к сотрудничеству!

**Телефоны отдела аренды:**

(495) 727-17-16

Центральный офис в Москве

(4732)44-60-00

Филиал в Воронеже



Crocus Group

# Колумбова выставка



В 1892 г. отмечалось 400-летие открытия Америки Христофором Колумбом. В США родилась идея провести в связи с юбилеем Всемирную выставку, на которой можно было бы продемонстрировать успехи экономического развития континента.

П ретендентами на организацию юбилейной выставки выступили многие американские города. Но в качестве реальных вариантов рассматривались только Нью-Йорк и Чикаго, которые могли бы выдержать высокие стандарты данного мероприятия.

После сложных дебатов президент США Бенджамин Харрисон

подписал 28 апреля 1890 г. закон о проведении весной и летом 1893 г. Всемирной выставки в Чикаго. Ее финансирование осуществлялось в основном за счет средств крупнейших американских компаний, заинтересованных в демонстрации своей мощи в условиях обострявшейся борьбы за мировые рынки сбыта. Именно поэтому на выставке доми-

нировали не предметы роскоши, как это было в Европе, а экспонаты, имевшие промышленно-техническое значение.

В отличие от сложившейся в то время практики проводить выставки непосредственно в городах, на этот раз территория была выбрана на расстоянии 11 км от центра города, на берегу озера Мичиган в незастро-

енном районе. Площадь выделенного участка составляла около 300 га, что было почти в 3 раза больше, чем на предыдущей выставке в Париже. Это делало мероприятие крупнейшей Всемирной выставкой XIX в.

Внешний облик павильонов отвечал новым архитектурным идеям того времени. Самым большим из когда-либо построенных на Всемирных выставках был павильон промышленности и свободных искусств. Он впечатлял своими размерами: 514 м в длину, 240 м в ширину и 75 м высотой.

Павильон электричества был облицован черным мрамором, его украшали коринфские колонны и позолоченный вход. Обозреватели, которых встречала фигура американского исследователя электричества, творца громоотвода Б. Франклина, восторгались сказочной иллюминацией (здание освещало 120 тыс. лампочек) и великолепным интерьером.

На центральной площади, рядом с главным входом, была установлена гигантская 22-метровая позолоченная статуя Респубблики. Олицетворением названия выставки являлась скульптурная группа, установленная у главного фонтана и изображавшая фей, везущих в каравелле самого Колумба. Рядом стояла точная копия флагманского корабля колумбовой экспедиции «Санта Мария».

Всего на территории выставки было возведено более 200 различных построек преимущественно белого цвета, из-за чего газеты называли выставочный комплекс «Белым городом». Все здания были выстроены за очень короткое время, но при этом имели солидный вид капитальных сооружений. В их проектировании и оформлении приняли участие лучшие американские архитекторы, художники и скульпторы того времени. К сожалению, вскоре после закрытия выставки значительная часть павильонов сгорела в пожаре, возникшем в ходе Чикагской стачки, после чего они были снесены. Тем не менее «Белый город» оказал большое влияние на американскую архитектуру, надолго внедрив в нее «академический вирус» – перегруженность декоративным убранством и вычурность украшений самых разных форм.

На организаторов выставки в Чикаго, по-видимому, сильное впечатление произвело такое необычное сооружение парижского мероприятия, как Эйфелева башня. В стремлении создать что-нибудь столь же выдающееся они построили гигантское железное колесо обозрения, разработанное инженером Дж. Феррисом. Посетители выставки поднимались в одной из 36 кабин этого колеса на высоту почти 80 м. Каждая кабина вмещала 40 человек. Колесо приво-

рый представлял собой здание в виде пяти клеток шахматной доски. Средняя его часть, накрытая куполом, имела высоту 80 м. В нижних этажах наружных квадратов располагались почта, телеграф, телефон, таможня, отделение посылок, а в верхних – учреждения директората. Открытие сопровождалось хорошим исполнением торжественного марша, специально написанного к этому событию русским композитором А. Глазуновым.



дилось в движение двумя паровыми машинами по 1000 л. с. каждая. Однако колесо не пользовалось популярностью, так как многие боялись этой махины, да и стоимость билетов была довольно высока. Для облегчения осмотра выставки две ее противоположных стороны соединялись приподнятой над землей двухпутной железной дорогой. Она обеспечивала скоростную связь между отдельными участками выставки.

Выставка была открыта 1 мая 1893 г. президентом США Гровером Кливлендом в присутствии более 150 тыс. гостей. Церемония открытия была организована перед административным павильоном, кото-

Экспозиции 50 стран-участниц и 37 колоний располагались в огромных тематических павильонах. Кроме того, 19 стран имели также и национальные экспозиции, расположенные в отдельных зданиях. Большинство разделов было организовано в павильоне промышленности. 24 американских штата построили собственные павильоны, в которых располагались экспозиции, рассказывавшие об их истории, природе, демонстрировавшие основные виды местной продукции. В целом было представлено около 60 тыс. экспонатов.

На выставке обращали на себя внимание приборы и оборудование электротехники, в которой особен-

но преуспела Америка. Страна как бы демонстрировала своей экспозицией, что именно ей принадлежит приоритет в области использования электричества. Фирма «Вестингауз» выставила громадную колонну из 15 тыс. разноцветных ламп, которые зажигались группами последовательно, так что создавался эффект движения света сверху вниз и обратно. Вся выставка была освещена не эдисоновскими вакуумными лампами, а заполненными азотом светильниками напряжением 105 вольт. Энергообеспечение всей выставки (освещение, работа железной дороги, движущегося тротуара, светящихся фонтанов, телефона и телеграфа) осуществлялось с помощью динамо-машин мощностью 15 тыс. кВт. Они в свою очередь приводились в действие паровыми двигателями общей мощностью 25 тыс. л. с. Демонстрировавшиеся электромоторы, которые обозреватели называли «мамонтами» – каждый мощностью от 300 до 1000 л. с. – причислялись к одному из «чудес» выставки.

Несколько эффектных демонстраций провел Никола Тесла – великий изобретатель-электротехник. Он занимался изучением возможностей переменного тока, который, как тогда считалось, более опасен, чем постоянный, использовавшийся Эдисоном. Чтобы разрушить эти утверждения, Тесла на глазах зачарованной публики пропускал через свое тело переменный ток высокой частоты к электрической лампочке. Еще один трюк заключался в выпуске молнии, сгенерированной с помощью разработанных ученым приспособлений, что было эффектно и не причиняло никому вреда.

Историческим стал 3-й Международный электротехнический конгресс, проходивший в Чикаго в дни выставки. На нем были утверждены международные электротехнические единицы, названные именами их первооткрывателей: ампер, вольт, ом, генри, фарада, джоуль, ватт.

Большое внимание привлекали машины, облегчавшие ручной труд в сельском хозяйстве. Эти экспонаты демонстрировали несомненное превосходство американского сельскохозяйственного машиностроения. Здесь показывались многочисленные виды плугов, предназначенных

для вспашки различных типов земли, включая и горные. Согласно единому мнению экспертов, сельскохозяйственная экспозиция Чикагской выставки затмила все предыдущие.

Павильон транспорта был украшен статуями Джеймса Уатта, Джорджа Стефенсона, Роберта Фултона, Вандербильта и других великих механиков, участвовавших в изобретении паровой машины, паровоза и парохода. Перед павильоном стояли 100 паровых машин, а внутри демонстрировались 60 локомотивов, включая первый паровоз, выпущенный в США в 1831 г.

Среди «чудес» Чикагской выставки обозреватели отмечали ледяную гору, не таявшую под лучами солнца (специальная холодильная установка поддерживала соответствующую температуру). Посетители могли скатиться с горки на санках. Уникальными экспонатами являлись шоколадная скульптура Колумба весом 680 кг, сделанная нью-йоркской фирмой «Venus de Milo», колонна из апельсинов высотой 10 м и диаметром 4 м, а также огромный кусок сыра весом около 10 т, представленный Канадой. Удивление посетителей вызывали скоростная машина, выпускавшая выставочную газету со скоростью 8 экземпляров в секунду. В целом экспонаты, показанные США, производили сильное впечатление на посетителей, свидетельствуя об огромных успехах промышленности страны. В своем отчете представитель России по механике профессор В.Л. Кирпичев отмечал: «По количеству производимых машин, их распространению, а в большинстве случаев по достоинству их Америка значительно опередила европейские страны, включая колыбель машиностроения – Англию. При этом во многих случаях достигнута значительная дешевизна производства».

Другие страны были представлены менее внушительно, но достаточно привлекательно. Обозреватели выделяли во французской экспозиции прекрасную бронзу, шелка, бархат и вмонтированные в перстень самые маленькие в мире часы с циферблатом диаметром 8 мм и толщиной 3–4 мм.

У англичан были отмечены замечательный фарфор, обои и хлопчатобумажные ткани, у шведов – продукты деревоперерабатывающей промышленности: бумага и целлюлоза, а также впервые показанная К. Лавалем турбина мощностью 5 л.с. Солидно выступила Германия, доминировавшая в производстве химических продуктов, красителей (анилин, сода) и сахара. П. Крупп выставил очередной гигант – пушку весом 124 т, имевшую ствол диаметром 61 см и заряжавшуюся снарядом весом 853 кг. Фирма «Сименс и Хальске» показала динамо-машину мощностью 1 тыс. л. с. Восхищение вы-



звала привезенная из Капской колонии Англии (Южная Африка) огромная коллекция алмазов и бриллиантов общей массой 10 тыс. карат.

Российская экспозиция размещалась в огромном павильоне промышленности и свободных искусств. Обозреватели писали, что «это была в высшей степени изящная экспозиция, выполненная в русском стиле». Некоторые считали ее лучшим украшением павильона. Фасад экспозиции был срублен из толстых лакированных бревен, украшенных сверху избушкой с деревянной резьбой, коньками и двуглавым орлом, нижний пояс стен был выложен из минералов: горного хрусталя, ляпис-ла-

зури, мрамора и малахита. Раздел по своему убранству и художественному вкусу, как писал обозреватель «Московских ведомостей» А. Бочаров, превзошел все российские разделы на прежних Всемирных выставках. Вестибюль был выполнен в древнерусском стиле XVII в. Эта часть раздела была настолько красива, особенно витражи с изображением русских бояр, что американские газеты воспроизвели его изображение на своих страницах. Грандиозность и роскошь усиливались поставленными при входе вазами из яшмы и орлеца, изготовленными на императорских гранильных заводах.



Несравненными в своей области были признаны экспонаты Петергофской и Кольвановской гранильных фабрик, изделия из драгоценных металлов и бронзы, образцы высококачественной бумаги. Золотую медаль получил шкафчик с мозаичным панно из драгоценных камней – собственность царской семьи (сейчас он находится в Минералогическом музее им. А.Е. Ферсмана).

Хрусталь Дятьковского завода оценивался по качеству не хуже богемского. Некоторые работы получили золотые награды. Украшением экспозиции служила витрина парфюмерной фирмы «Товарищество Брокер и К°». Качество выставленной кожи было настолько хорошо, что располагавшиеся рядом не-

мецкие производители перенесли свои стенды подальше от российских, а американцы, желая продать свои кожаные изделия, утверждали, что они сделаны из русской кожи. Награды получили также П.А. Смирнов за водки, Д.З. Сараджиев за коньяки и И.Е. Липский за пиво.

Мало кто из посетителей обратил внимание на керосиновый двигатель внутреннего сгорания Е.А. Яковлева (хотя он и был отмечен наградой выставки) и конные экипажи П.А. Фрезе. Но именно эти предприниматели в 1896 г. построили первый русский автомобиль. Та машина во многом напоминала демон-



стрировавшийся в Чикаго один из первых автомобилей серийного производства «Бенц-Вело».

В другой части российской экспозиции, находившейся в павильоне «Металлургия», привлекала внимание позолоченная пирамида высотой около 7 м, дававшая представление об общей добыче золота в России. Большой успех выпал на долю русского ученого Н.Г. Славянова, который демонстрировал «способ электрической отливки металлов». Русский ученый показал «стакан» высотой 210 мм и весом 5 кг 330 г., сваренный с помощью электрической дуги. За этот экспонат автор удостоился золотой медали выставки. Традиционным успехом пользовались самовары причудливых форм

и всевозможных цветов Н.П. Баташева. Изумление посетителей вызвал платок оренбургской крестьянки Мавры Архиповой – размером 40 кв. м и весом 250 г, он состоял из 34 млн петель. Внимание привлекал «Звон» из 22 колоколов, изготовленных на ярославских заводах. Всего в российском разделе было представлено 1033 экспоната.

Выставка явилась огромным культурным событием для американцев, которые с гордостью рассматривали ее как свиде-

тельство наступления века США – страны, не уступающей ни одной из держав Старого Света. За время работы с 1 мая по 30 октября выставку посетило более 21 млн человек. Для Чикаго выставка явилась историческим событием, сделав его центром развития культуры и промышленности. По обилию средств увеселения и передвижения, по площади, расходу электроэнергии Чикагская выставка далеко превзошла показатели Парижской выставки 1889 г.

*Подготовил Николай Барменков по материалам книги В. Шпакова «История всемирных выставок». (см. «БВ» № 7, 10, 2008; №1, 2009).*

# Строгино, Мякинино, далее — везде

Строительство метро в Москве — это не просто улучшение транспортной инфраструктуры, это также укрепление экономического потенциала мегаполиса, создание условий для развития бизнеса. Сооружение станции «Мякинино» на Арбатско-Покровской линии метрополитена, которая соединит район Митино с центром столицы, можно рассматривать именно таким образом.

В начале 2000-х годов в Мякининской пойме (65–66 км МКАД) компания «Крокус Интернэшнл» построила торгово-выставочный комплекс «Крокус Сити», который включает большие торговые центры и один из крупнейших в мире выставочных комплексов «Крокус Экспо». Для обслуживания огромных людских потоков линия метро была жизненно необходима. Проект ее строительства в этом районе был составлен еще в 80-е годы прошлого века, но активные работы начались только в начале века нынешнего: сначала на отрезке «Крылатское» — «Строгино», а затем, в 2008 г., они вышли за пределы Москвы в сторону Митино.

Прокладка тоннеля между станциями «Мякинино» и «Строгино» началась в конце июля. В январе 2009 г. тоннелепроходческий механизированный комплекс «Клавдия» фирмы «Lovat» вышел в демонтажную камеру в районе станции «Строгино». Длина пройденного пути составила 1300 метров.

О том, как идет работа, рассказывает начальник участка строительства метро Виктор ПОПОВ:

— На прокладку тоннеля ушло почти 6 месяцев. Само расстояние между станциями не такое уж большое. Однако участок оказался не без сложностей. Во-первых, тоннель прокладывался на относительно небольшой глубине. Проблема состояла в том, что на этом участке проводились поверхностные работы и уже были построены несколько больших зданий, под которые в свое время были вырыты объемные котлованы. Все это приходилось учитывать при подземных работах и проводить специальную связку грунта.

Непростым оказался и сам грунт, через который велась прокладка тоннеля. На пути были участки тяжелой глины, сыпучего песка и пльвунов. Средняя скорость прокладки первого тоннеля составила около 220 м в месяц.

В начале марта 2009 г. началась проходка второго тоннеля от будущей станции метро «Мякинино» в Крокус Сити до Строгино. По практике второй тоннель проходить сложнее, поскольку плотность грун-

та нарушается при проходке первого, а расстояние между тоннелями всего 6 м. Тем не менее закончить прокладку планируется в начале августа 2009 г.

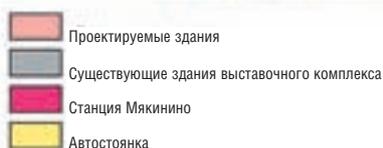
После завершения проходки тоннелей начинается их оснащение. Необходимо забетонировать поверхность под ж/д пути, проложить кабели электричества и связи, установить контактный рельс, пробить проходы между тоннелями, сделать водоотливы. Все эти работы предполагается закончить в конце осени.



Параллельно со строительством тоннелей ведется монтаж самой станции «Мякинино», чтобы в конце 2009 г. открыть движение на отрезке Строгино – Мякинино – Митино. Станция будет наземной, встроенной в многоэтажный паркинг для автомобилей. У нее будет три вестибюля и пять выходов-переходов, которые соединят ее с будущим офисно-гостиничным центром и с действующими выставочными павильонами Крокус Экспо.

Станция будет иметь так называемые береговые пассажирские платформы, расположенные по обе стороны железнодорожных путей, которые пройдут по середине. Платформы будут связаны переходами в каждом из вестибюлей – в начале, в середине и в конце.

Дизайн интерьера станции решен в стиле хай-тек с использованием декоративного тонированного стекла, перфорированного металла, нержавеющей стали, шлифованного мрамора. Специальные отделочные материалы, гасящие звуки, позволят снизить на 10 децибел уровень шума от проходящих поездов. В освещении вестибюля использованы отражатели света, что сде-



лает его мягким и ровным. Высота перронного зала станции составит 7,4 м, длина платформ – 162 м, а ширина каждой – 6 м.

По предварительным расчетам, станция «Мякинино» будет принимать около 25 тыс. пассажиров в сутки, причем в часы пик – до 4 тыс. Она станет важным транспортным узлом для посетителей МВЦ «Крокус Экспо», позволит снизить нагрузку на прилегающие автомобильные дороги, разгрузить наземный общественный транспорт.

После станции «Мякинино» поезда в сторону Митино будут выходить на мост через Москву-реку. Его длина составит 439 м, пролета над водным пространством – 136 м. Мост будет крытым, что защитит пути и поезда от осадков и создаст стабильный температурно-влажностный режим на станциях метро. В оформлении моста будут использованы панели из

стекла и алюминия, что позволит органично вписать его в существующую современную архитектуру павильонов Крокус Экспо.

Борис ПАВЛОВ



# Антикризисные рецепты

Российская экономика уже в начале текущего года в полной мере ощутила воздействие кризиса. Правительство и эксперты ищут способы минимизации его негативных последствий. Эта тема стала лейтмотивом состоявшихся в феврале-марте VI Красноярского экономического форума, постоянно действующего форума «Единой России» «Стратегия 2020», Глобального инвестиционного и финансового форума в Москве, XII саммита владельцев компаний розничной торговли «Торговля в России».

Поводов для беспокойства, действительно, предостаточно. Согласно данным Росстата, в январе падение промышленного производства составило 16%, безработица выросла до 6,6%. Минэкономразвития и Минфин пересмотрели в сторону ухудшения прогнозы основных годовых показателей в 2009 г.: падение производства может составить 2%, дефицит бюджета вырастет до 8% ВВП, а инфляция – до 14%.

Красноярский экономический форум проводился под девизом «Мозговой штурм в поиске рецептов преодоления кризиса». Организаторы мероприятия избрали для него претенциозное название – «Красноярский сценарий – банк антикризисных идей» и поставили основной целью обсуждение возможных действий для выхода из кризиса.

Представители правительства приехали на форум выслушать предложения бизнеса и экспертов. Вице-премьер Александр Жуков так и заявил в своем выступлении, что никто не имеет точного представления о том, как выходить из кризиса, поэтому правительство выступает на форуме в роли слушателя. Такая позиция позволяет предположить, что власть готова к диалогу и об-

суждению антикризисной программы после всего уже сделанного: плавной девальвации рубля, определения списка предприятий, получающих поддержку от государства, выделения средств владельцам крупнейших промышленных, банковских и торговых объединений.

Помощник президента Аркадий Дворкович подчеркнул, что власть ждет от бизнеса готовности принять на себя ответственность за выживание в кризисных условиях. Государство не намерено спасать кого-то. Нужно начинать работать более эффективно. Дворкович считает, что кризис может быть длительным, а готовность к нему в целом по стране весьма низкая.

Директор по макроэкономическим исследованиям ГУ-ВШЭ Сергей Алексашенко и председатель совета директоров «Норильского никеля» Александр Волошин критически оценили некоторые антикризисные действия правительства. Они отметили их неадекватность и неэффективность. Как указал профессор ВШЭ Мартин Гилман, правительству необходимо прежде всего обеспечить макроэкономическую стабильность и снизить инфляцию, которая в России – единственной стране из G-20 – состав-

ляет двузначную величину. Высокая инфляция сводит к нулю все действия, направленные на нормализацию финансовой и кредитной сферы.

## ИЗМЕНЕНИЕ КУРСА ВАЛЮТ К ДОЛЛАРУ США В НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ В 2008-2009 ГГ.

(на середину января 2009 г.)

Валюта	Падение, %	Дата максимального курса в 2008 г.
Украинская гривна	42,0	27.06
Польский злотый	41,3	22.07
Российский рубль	34,5	16.07
Чешская крона	33,3	22.07
Бразильский реал	31,9	08.01
Турецкая лира	29,9	14.01
Фунт стерлингов	29,8	13.03
Шведская крона	29,1	23.04
Норвежская крона	28,1	16.04
Белорусский рубль	23,3	08.11
Канадский доллар	20,4	28.10
Индийская рупия	19,8	15.01
Болгарский лев	19,7	15.07
Эстонская крона	19,6	15.07
Литовский лит	19,6	15.07
Евро	19,6	15.07
Латвийский лат	19,4	16.04
Швейцарский франк	15,0	17.03
Аргентинское песо	13,5	07.09
Казахский тенге	1,9	15.09
Китайский юань	0,6	16.07

Источник: Bloomberg



В выступлениях региональных руководителей звучали просьбы о финансовой помощи, поскольку запаса прочности в противостоянии кризису на местах, как отметил губернатор Красноярского края Александр Хлопонин, хватит не более чем на месяц.

В ходе дискуссий были предложены основные направления, на которых необходимо сосредоточить усилия. Одно из них – финансовая сфера, второе – развитие реального производства и создание точек роста (в качестве приоритета названо строительство), третье – социальная сфера. Вместе с тем обоснованность этих рецептов вызывает пока большие вопросы. В целом дискуссии в Красноярске оказались полезными с точки зрения анализа ситуации, но одновременно продемонстрировали, что пока ни правительство, ни бизнес не могут предложить надежных решений, и никто не имеет четкого представления, как выйти из кризиса.

На московском Глобальном инвестиционном и финансовом форуме также больше говори-

лось не о том, как выйти из кризиса, а о том, как он изменил экономический ландшафт в стране. Министр финансов РФ Алексей Кудрин привел ряд показателей, свидетельствующих о нарастании экономических трудностей. Вместе с тем он высказал некоторый оптимизм относительно перспектив преодоления кризиса. По его оценке, российский ВВП может

зультате кризиса. Он отметил резкое падение – в 2 и более раз – капитализации компаний, рост расходов государства на антикризисные меры (до 15% ВВП), ухудшение платежного баланса и девальвацию рубля. Указал на то, что протекание кризиса в России сопровождается большим ухудшением показателей, чем в других крупных странах.

#### ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ (ДОЛЛ.)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (прогноз)
2088	2364	2967	4089	5312	6903	9050	10803	9000

Источники: Минфин РФ, Международный валютный фонд

вырасти уже в 2010 г. на 2–3%, если американская экономика начнет выходить из фазы спада в конце текущего года. Между тем независимые эксперты в США предсказывают, что кризис распространится и на 2010 г.

В выступлении члена правления ВТБ Сергея Дубинина были приведены конкретные показатели состояния российской экономики, сформировавшиеся в ре-

Подчеркнул, что иностранные капиталы вернуться в Россию только тогда, когда начнется процесс внутреннего инвестирования. Его необходимо стимулировать через налоговую систему и развитие специальных проектов. С. Дубинин высказал предположение, что в ходе кризиса вряд ли произойдут коренные перемены в мировой финансовой системе. Самое большее, чего

можно ожидать — это отказ от протекционизма и создание равных условий в мировой торговле. России необходимо рассчитывать прежде всего на собственные силы и заниматься модернизацией экономики.

Всегда отличающийся экстравагантностью председатель совета директоров компании MIRAX Group Сергей Полонский предложил использовать в качестве антикризисного средства сферу строительства. Он указал на значительное отставание России по обеспеченности жильем и офисными помещениями, сослался на американскую практику выхода из кризиса 30-х годов. Развитие строительства сопровождается загрузкой мощностей местной промышленности, наращиванием производства материалов, металла, активным привлечением рабочей силы. Это содействует увеличению поступления налогов, решению социальных проблем. Строительство как никакая другая отрасль создает мощный мультипликативный эффект. Однако для активизации строительства в России необходимо реформировать соответствующее законодательство, которое в настоящее



что существующая политическая и экономическая система в стране уже содержит в себе все предпосылки для успешного преодоления кризиса и дальнейшего развития. Текущие интересы российской экономики не должны приноситься в жертву стратегическим. Преодоление экономического кризиса лежит на пути избавления от глобальной зависимости нашей страны от внешней конъюнктуры.

С основным докладом на форуме выступил заместитель главы Администрации президента Вла-



димировые показатели. По итогам 2008 г. оборот компаний увеличился на 40–70%, чистая прибыль выросла на 40–130%. Вместе с тем акции публичных торговых компаний подешевели к концу 2008 г. в 5–10 раз. В начале 2009 г. розничные продажи продолжили рост (в среднем на 2–4% в январе), но прогнозы экспертов на следующие месяцы внушают серьезные опасения. У лидеров торгового рынка резко стал сокращаться ассортимент товаров из-за существенного падения импорта в результате девальвации рубля. Продовольственный рынок сильно зависит от импорта, который заметно подорожал. В связи с этим, по некоторым оценкам, в течение 2009 г. цены на большинство продуктов питания вырастут на 20–40%.

На текущих продажах начало сказываться сокращение доходов покупателей, которые стали предпочитать более дешевые товары. В дальнейшем это неизбежно приведет к падению оборотов розничной торговли.

В выступлениях участников форума говорилось о том, что любой кризис является проверкой на прочность для компаний. Не все переживут экономические трудности, выжившие поделят рынок между собой. Компании уже начали программы оптимизации своей деятельности. Главный исполнительный директор X5 Retail Group Лев Хасис назвал основные направления

## ТЕМП РОСТА ВВП РОССИИ (%)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (прогноз)
5,1	4,7	7,3	7,2	6,4	7,4	8,1	6,8	-2,2

Источники: Минфин РФ, Международный валютный фонд

время сдерживает нормальное развитие этого сектора серьезными административными барьерами. Так, для реализации какого-либо проекта необходимо получить несколько сот согласований и подписей, что значительно удлиняет сроки и удорожает строительство.

Одновременно с Глобальным инвестиционным и финансовым форумом «Единая Россия» проводила в Москве форум «Стратегия 2020». Его девизом можно было бы избрать название известной пьесы «Так победим!». Лейтмотивом всех выступлений на этом форуме было утверждение,

дислав Сурков. Он подчеркнул, что действующая в России политическая система работает эффективно, что ее целью является создание другой экономики, менее зависимой от ударов извне. Экономические проблемы не означают изменения политической системы. Как заявил Сурков, кризис — это повод заново переоценить нашу собственную экономику.

Еще один московский форум — XII саммит владельцев компаний розничной торговли «Торговля в России». Как отмечалось на этом форуме, сфера розничной торговли продемонстрировала в конце 2008 — начале 2009 гг. противоре-

**ИЗМЕНЕНИЕ ПРОГНОЗА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

	08.2008	12.2008	01.2009	02.2009
Среднегодовая цена нефти Urals, долл./барр.	95	50	41	41
Темп роста ВВП, %	6,7	2,4	-0,2	-2,2
Инфляция, %	7-8,5	10-12	13	13-14
Промпроизводство, %	6	-3,2	-5,5	-7,4
Инвестиции в основной капитал, %	14,5	1,4	-1,7	-14
Экспорт, млрд долл.	469	303	269	269
Импорт, млрд долл.	292	285	245	245
Среднегодовой курс рубля к доллару	24,7	30,8-31,8	35,1	35,1
Сальдо бюджета, трлн руб.	1,9	1,3	-2,5	-3,3

Источники: Минэкономразвития, Минфин, ЦБ

основания. В последние годы успешно развивается производство масложировой продукции, сахара, мучных изделий, безалкогольных напитков. Это создает хорошую основу для поддержания рынка. Главная задача – сохранить покупательную способность населения.

Подводя итоги дискуссиям на всех состоявшихся форумах, приходится признать, что суперпрорывных и революционных предложений по преодолению кризиса нет, как нет и какого-либо четкого понимания, что необходимо делать в первую очередь. Для России это первый циклический кризис, который к тому же имеет глобальный характер. В этом кризисе стали особенно очевидны все слабые стороны российской экономики. Одноментно исправить их невозможно. Это означает, что кризис обещает быть длительным, а выход из него будет зависеть от ситуации на мировом рынке.

Борис ПАВЛОВ

совершенствования работы: рационализация поставок, совершенствование финансовых потоков, снижение себестоимости, улучшение логистики. Президент Группы компаний «Дикси» Илья Якубсон считает, что резервы оптимизации торговли заключаются в повышении общей эффективности работы, оптимизации штатного расписания, со-

вершенствовании логистики, снижении арендных ставок.

Заместитель директора департамента пищевой и перерабатывающей промышленности Минсельхозпрода Сергей Серегин видит резервы развития розничной торговли продовольственными товарами в более активном предложении отечественной продукции. Для этого есть все

**Снежная Королева**  
 меха • женская и мужская одежда • аксессуары

Актуальные модные пальто средней длины, украшенные роскошными меховыми элементами или капюшоном из меха дикой утки  
 от **119 990 руб.**

Степанные пальто из меха благородной дикой утки с отложной мехом соболь  
 от **114 990 руб.**

Укороченные пальто из меха горной лисы с мехом от итальянских производителей, меховыми элементами и мехом лисы, енота и норки  
 от **85 990 руб.**

**А Вы где одеваетесь?**

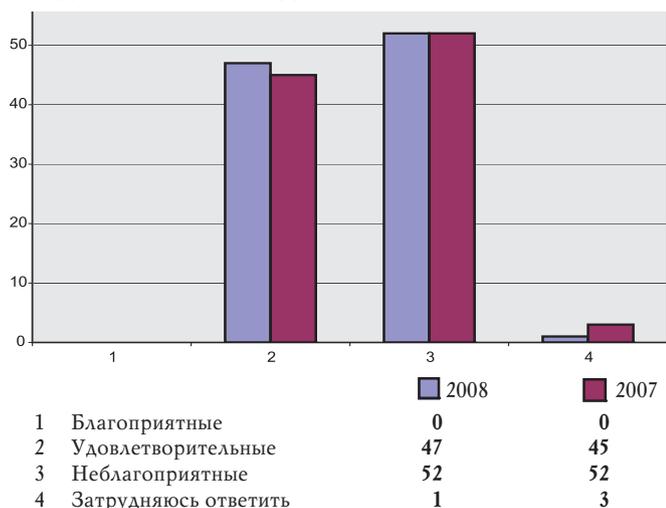
(495) 777-8-999  
 www.showqueen.ru

МОСКВА • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • КАТЕРИНБУРГ • РОСТОВ-НА-ДОНУ • НОВОСИБИРСК  
 МАГНИТОГОРСК • КАЗАНЬ • КРАСНОЯРСК • ЧЕЛЯБИНСК • ПЕРМЬ • ИРКУТСК • ОМСК  
 САМАРА • СУРГУТ • НАВЕРСКОЕ ЧЕЛНЫ • ТОЛЬЯТТИ • КЕМЕРОВО • ТОМЬ

# КРИЗИС И НАЛОГИ

В периоды экономических кризисов резко возрастает значение правильных управленческих решений. Особенно это важно в отношении регулирования хозяйственной и финансовой деятельности. Между тем действующая налоговая система оценивается бизнесом и экспертами скорее как неудовлетворительная. Об этом свидетельствуют результаты опроса, проведенного в конце 2008 г. среди участников IV Всероссийского налогового форума, организованного Торгово-промышленной палатой РФ.

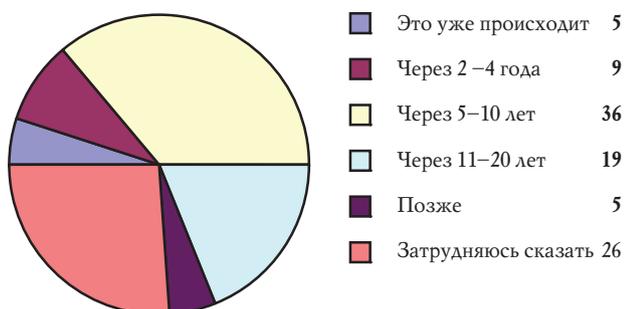
## КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ СУЩЕСТВУЮЩИЕ НАЛОГОВЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНЕ?



## ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛИ В ЦЕЛОМ НАЛОГОВЫЙ КЛИМАТ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ?



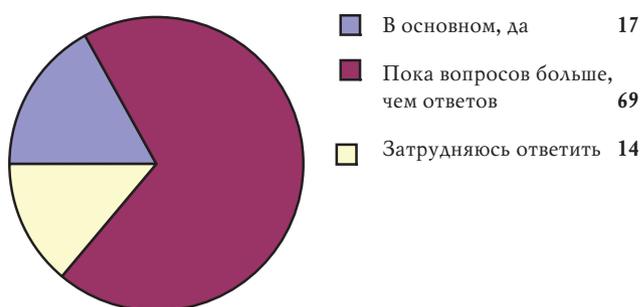
## КАК СКОРО ВОЗМОЖЕН ПЕРЕХОД РОССИИ НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ?



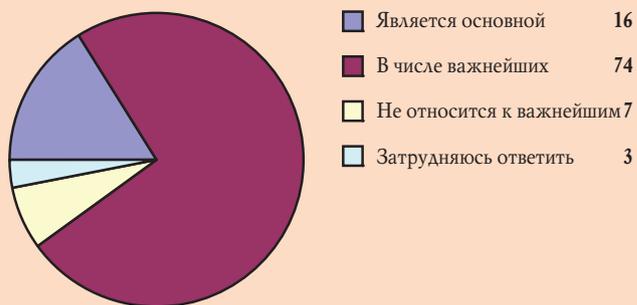
## ЧТО ВАС ОСОБЕННО НЕ УСТРАИВАЕТ В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ? (ДОПУСКАЛОСЬ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТОВ)

Фискальная направленность налоговой системы	38
Нестабильность налоговой системы	47
Нечеткость, сложность, противоречивость налоговых формулировок	59
Нехватка подзаконных актов, комментариев о правилах налогообложения	19
Возможность уклонения от уплаты налогов	17
Неэффективное расходование средств налогоплательщиков	19
Избыточное количество налогов	24
Чрезмерность совокупных налоговых изъятий	19
Излишне жесткие штрафные санкции	16
Недостаточность налоговых льгот	28
Порядок и процедура расчета налогооблагаемой базы	10
Объем бухгалтерской и налоговой отчетности	48
Обременительная процедура администрирования	29
Процедура оспаривания решений налоговых органов	14
Общая организация работы налоговых служб	31
Низкая налоговая культура	28
Неопределенность перспектив совершенствования налоговой системы	28
Другое	3

## В ДОСТАТОЧНОЙ ЛИ МЕРЕ СЕГОДНЯ ОЧЕВИДНЫ ПРИОРИТЕТЫ, ЦЕЛИ, СПОСОБЫ ПЕРЕХОДА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ?



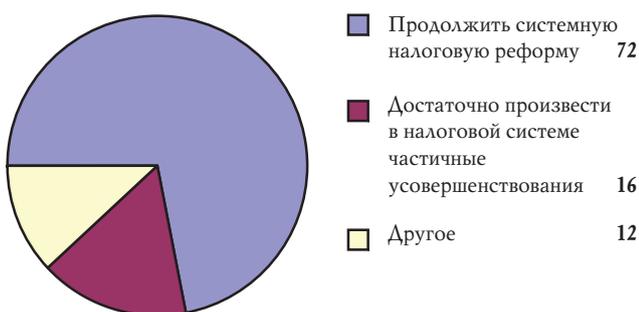
## КАКОЕ МЕСТО В РЯДУ ДРУГИХ ПРОБЛЕМ ПЕРЕХОДА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ ЗАНИМАЕТ СЕГОДНЯ ПРОБЛЕМА НАЛОГОВ?



### ОТВЕЧАЕТ ЛИ НЫНЕШНЯЯ НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА В ЦЕЛОМ ПОТРЕБНОСТЯМ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ, ПЕРЕХОДА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ?



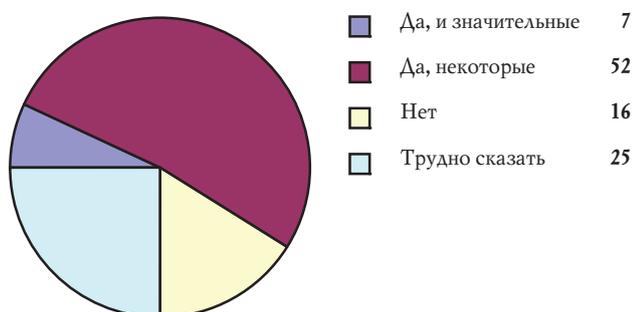
### ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ С НАЛОГОВОЙ СИСТЕМОЙ ДЛЯ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ?



### КАКИЕ МЕТОДЫ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ВЫ СЧИТАЕТЕ НЕОБХОДИМЫМ АКТИВНЕЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ?

Уменьшение или обнуление налоговых ставок (освобождения)	19
Налоговые каникулы	40
Перенос убытков на будущее (в прошлое)	10
Ускоренная амортизация	36
Инвестиционный налоговый кредит	29
Выведение из-под налогообложения отдельных объектов (изъятия)	17
Специальные налоговые режимы (льготное или упрощенное налогообложение)	38
Введение моратория на изменение (ухудшение) условий налогообложения	28
Налоговые вычеты (скидки) из налогооблагаемой прибыли по определенным видам затрат налогоплательщика	17
Другие	5

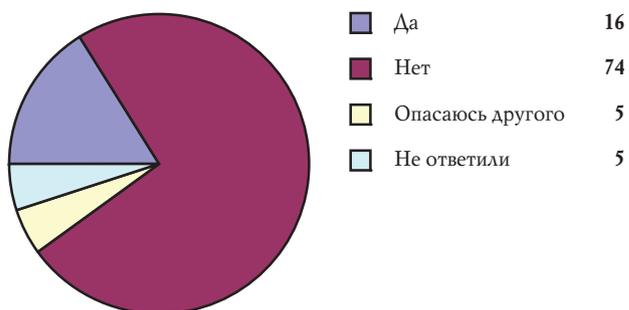
### ИМЕЮТСЯ ЛИ СЕГОДНЯ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВНУТРИ РЕГИОНОВ?



### КАКОЙ ИЗ ВАРИАНТОВ РЕФОРМЫ НДС ВЫ ПОДДЕРЖИВАЕТЕ?

Противник любых вариантов реформы НДС	3
Снижение ставки НДС	31
Изменение системы взимания: переход на прямое начисление НДС	17
Замена НДС на налог с продаж (НСП)	24
Замена НДС на налог с оборота	16
Другой вариант	9

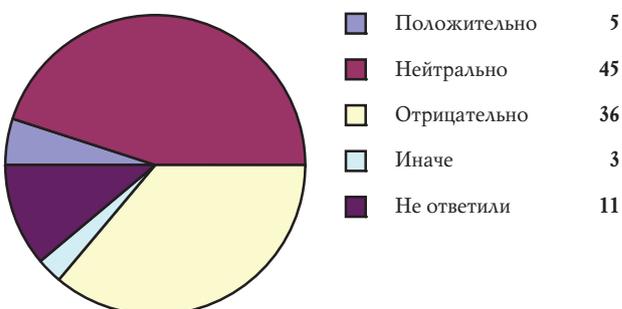
### РАЗДЕЛЯЕТЕ ЛИ ВЫ ОПАСЕНИЯ О ВСПЛЕСКЕ ИНФЛЯЦИИ ИЗ-ЗА СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВ?



### ПОДДЕРЖИВАЕТЕ ЛИ ВЫ РЕШЕНИЕ О ПЕРЕХОДЕ С ЕСН НА СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ?



### КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ИДЕЕ ОБ ОТМЕНЕ ЕДИНОГО НАЛОГА НА ВМЕНЕННЫЙ ДОХОД (ЕНВД)?



### ОЖИДАЕТЕ ЛИ ВЫ УЛУЧШЕНИЯ НАЛОГОВЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА-ТРИ ГОДА?



Все ответы – в процентах от числа опрошенных.

Среди участников опроса 33% составляли эксперты и государственные служащие, 28% – руководители среднего звена, 24% – руководители организаций, 12% – владельцы компаний, 3% – индивидуальные предприниматели.

Опрос был проведен социологами Информационно-аналитического управления НП «Московский центр развития предпринимательства» при содействии Комитета ТПП РФ по информационному обеспечению предпринимательства.

# Отрегулируемся сами

Европа и США уже давно познали преимущества саморегулирования. Россия в этой сфере – пока новичок, хотя, если верить официальным лицам, система саморегулируемых организаций (СРО) – это верный путь страхования предпринимательской ответственности и реальное орудие борьбы с бюрократией.

По своей сути саморегулируемая организация – это некий современный аналог западноевропейских цехов, объединявших под своей эгидой работников одной профессии. Обычай каждого цеха требовал от его членов определенных профессиональных знаний и умений, а также соблюдения профессиональных этических норм. Цех же и защищал права своих членов перед другими субъектами экономической жизни.

Эти же функции, но на другом, конечно, уровне выполняют и СРО. Современное определение саморегулирования звучит следующим образом. Саморегулирование – это легитимное регулирование определенных рынков и сфер деятельности самими экономическими агентами, без вмешательства государства. При этом нельзя рассматривать саморегулирование с позиции полной свободы и независимости от государственного контроля. Современное саморегулирование предполагает установление определенных формализованных «правил игры» участников рынка, включая санкции за нарушение этих правил, механизмы разрешения конфликтов, которые в определенной степени ограничивают свободу экономических агентов. С другой стороны, как установление правил игры, так и разрешение конфликтов осуществляется самими участниками рынка, без прямого вмешательства государства. С этой целью ими создаются специальные организационные структуры – организации саморегулирования, которым и делегируются определенные полномочия и часть прав экономических агентов.

СРО производителей лоббируют интересы своих участников как на рынке, так и перед государством. В то же время СРО очень избиратель-

но подходят к собственным членам. Ведь основной принцип современной СРО – материальная ответственность за каждый субъект, входящий в нее. А значит, число случайных, некомпетентных, непрофессиональных и попросту мошеннических компаний в СРО будет сведено до минимума. СРО будет невыгодно принимать в свои ряды «темные и серые» бизнесы и нести за них материальную ответственность.

Наиболее яркий и интересный пример зарубежного саморегулирования – система регулирования рекламы в США. В начале прошлого века в Америке зрело общественное недовольство качеством рекламы, ее неэтичностью и попросту недостоверностью. Граждане все чаще говорили о том, что необходимо навести порядок в сфере рекламы. Так в 1906–1912 гг. в США были созданы «Комитеты бдительности». Их задача заключалась в выявлении случаев недобросовестной, с точки зрения потребителей и конкурентов, рекламы и воздействии на рекламодателей с целью улучшения ее качества.

Таким образом, бизнес сам, совместно со СМИ, включился в борьбу с неэтичной и неправдивой рекламной информацией. Комитеты проводили регулярный мониторинг рекламных сообщений, разрабатывали кодекс честной рекламы, вынуждали рекламодателей изменять сообщения, которые вызывали нарекания потребителей. В результате долгой и кропотливой работы на сегодняшний день в США функционирует эффективная система контроля за соблюдением этических принципов в рекламе. О результативности этой работы говорит хотя бы тот факт, что в США так и не было принято федеральное законодательство, регулирующее рекламу, за исключени-

ем рекламы продуктов питания, медикаментов, алкоголя и табака.

В Великобритании саморегулирование распространено в сфере телекоммуникаций и телефонной связи. В Швеции наиболее интересный пример СРО – две национальные ассоциации риелторов. Несмотря на довольно приличный вступительный взнос, ни одна из двух ассоциаций не принимает в свои члены риелторов с сомнительной репутацией.

В России о саморегулировании вспомнили в 90-х годах XX века, когда законодательно оформляли принципы деятельности и контроля за профессиональными участниками рынка ценных бумаг, а также оценщиков. Тот же принцип заложен и в концепцию Федеральных законов «Об аудите» и «Об инвестиционных фондах», принятых в 2001 г.

Новая история российских СРО пока ограничивается законом «О саморегулируемых организациях», вступившим в силу 1 декабря 2007 г. Его суть проста и логична: государство отказывается от отраслевого регулирования в пользу СРО, сохраняя при этом за собой функцию надзора за поведением участников рынка.

По мнению министра экономического развития Эльвиры Набиуллиной, наиболее перспективны для саморегулирования кадастровая, бухгалтерская, строительная и туристическая виды деятельности. При этом бизнес-сообщество уже ратует за введение СРО в сельском хозяйстве, транспорте, связи, рыболовстве, страховании и даже в оптовой и розничной торговле. Во многих регионах предприятия уже объединяются в своеобразные СРО – заводят реестры, разрабатывают нормативы и правила регулирования. Теперь главного шага ждут от законодательной и исполнительной власти.

Возможно ли столь демократическое управление в российских условиях? На вопросы «БиВ» ответил основной разработчик законов о СРО, глава Комитета по собственности Государственной Думы Виктор ПЛЕСКАЧЕВСКИЙ.

**В** В чем смысл саморегулирования? Насколько оно сопрягается с административной реформой?

— Смещение регулирования в сферу институ-



тов негосударственного общественного профессионального регулирования полностью вписывается в административную реформу. Более того, саморегулируемые организации, как институты со специальной правоспособностью, по нашему мнению, являются неотъемлемой частью административной реформы. Без них данная реформа невозможна, поскольку ее суть сводится к уменьшению и оптимизации государственных полномочий. Во всем мире значительная часть контрольных и правоустанавливающих функций лежит именно на саморегулируемых организациях.

Одной из основных проблем становления этих институтов является то, что для подавляющего большинства граждан России и, к сожалению, для многих чиновников, институт саморегулируемых организаций — это абсолютно новое явление. Чиновники не могут понять, как что-то, чем они занимались всю жизнь, может быть отдано саморегулируемым организациям бизнеса. Однако в конечном итоге все, кто дал себе труд разобраться в этом вопросе, соглашались, что механизмы саморегулирования могут работать в общественных интересах.

**В** В российских условиях саморегулирование надо «насаждать сверху» или инициатива все-таки идет от самого бизнеса, от экономики?

— И то, и другое. В любой отрасли существует большое количество добросовестных предпринимателей, которые осуществляют свою деятельность, неся ответственность за каче-

ство своей работы, набирая для себя репутационный вес, но при этом в каждой отрасли существует много и недобросовестных предпринимателей.

Механизм государственного регулирования, через чиновника, не видит между ними разницы. С одной стороны, сегодня у добросовестных предпринимателей есть готовность для внедрения СРО, с другой стороны, для того, чтобы не повторять эволюционный опыт проб и ошибок других экономик, на основе мирового опыта мы разработали механизм саморегулирования специально для условий России. Получается, что есть запрос как со стороны экономики, так и инициатива «сверху».

По своей сути СРО становится официальным каналом цивилизованного лоббирования интересов того или иного бизнеса. Более того, с помощью СРО производители и потребители самостоятельно, без помощи государства, смогут регулировать свои отношения.

Конечно, мы отдаем себе отчет, что государство может воспротивиться такой свободе. Но мы надеемся, что, восстанавливая историческую справедливость в системе взаимоотношений, производители через свои институты, а потребители — через свои, будут постепенно из данных отношений выдавливать государство. Таким образом, у государства, по нашей концепции, остается функция надзора за надзором, за всеми процессами, которые идут в этой сфере.

Речь идет об оптимизации регулирования. Мы считаем, что по мере становления модели СРО, они будут брать на себя все больше и больше функций. Конечная ступень — это когда у государства остаются лишь функция арбитра и функция надзора в системе отношений «производитель-потребитель».

Откровенно говоря, государственное регулирование в форме лицензирования потерпело фиаско. Оно не обеспечило реальную ответственность субъектов рынка за результаты своей деятельности.

**В** Почему не сработало лицензирование?

— Дело в том, что важнейшей частью СРО является механизм солидарной ответственности ее членов.

Обобщив опыт развитых стран, мы пришли к выводу, что для правильного внутреннего саморегулирования данный механизм является важнейшим элементом.

Надзор со стороны чиновника не приводит к правильным последствиям, особенно в тех сферах, где очень сложные профессиональные требования, потому что чиновник — не профессионал, он не может чувствовать проблем рынка. Профессионалы, состоящие в СРО, могут установить более высокие требования по отношению к своим членам, в первую очередь, в силу того, что они несут за них ответственность. По нашему мнению, данный механизм будет выдавливать из СРО недобросовестных членов и, как минимум, повышать требования к профессионализму участников.

Предприниматель же получает явные преимущества от членства в СРО. Во-первых, у него появляется возможность «писать историю» своей деятельности, свою «летопись». Во-вторых, возникает механизм более цивилизованного лоббирования интересов отрасли.

В-третьих, будет уменьшаться количество заказных оценок. Купить одного оценщика можно, а вот купить саморегулируемую организацию оценщиков, где 300–500 членов, несколько сложнее.

**В** Какие отрасли в первую очередь могли бы перейти на саморегулирование?

— Материальная ответственность саморегулирования возможна в самых различных областях. На сегодняшний день у нас существует только две саморегулируемые отрасли: арбитражные управляющие и оценочная деятельность. В принципе готовы к переходу на саморегулирование аудиторы. Мы готовы внедрить СРО в строительной сфере (для строительных компаний, архитекторов, изыскателей, заказчиков). Готова актуарная деятельность. Еще у нас в планах — патентные поверенные, переводчики, врачи, страховые организации, некоторые участники фондового рынка, техэксперты, которые должны были заместить собой функцию ГИБДД по техосмотру автомобилей.

Лилия КАМЫШЕВА

# FINANCIAL TIMES

## Еврозоне нужен рынок государственных облигаций

«Файнэншл таймс», Великобритания

**Е**вро страдает от определенных структурных недостатков; у него есть Центральный банк, но нет центрального казначейства, и контроль над банковской системой возложен на власти отдельных стран. Воздействие этих дефектов ощущается все сильнее и усугубляет финансовый кризис.

Этот процесс развернулся не на шутку после краха Lehman Brothers, когда 12 октября европейские министры финансов решили, что необходимо заверить общественность в том, что не будет допущено падения ни одного другого финансового института, имеющего системное значение. В отсутствие центрального казначейства эта задача была возложена на власти стран ЕС. В результате, в новых государствах-членах ЕС, которые еще не вступили в Еврозону, немедленно разразился финансовый кризис, а также выявились противоречия между государствами Еврозоны.

Большая часть кредитования в новых государствах-членах обеспечивается банками Еврозоны, а большая часть потребительских кредитов взята в иностранной валюте. Когда банки Еврозоны попытались защитить собственные страны путем репатриации своих капиталов, валюты и рынки облигаций стран Восточной Европы оказались под давлением, их экономика просела, а способность частных заемщиков обслуживать свои долги снизилась. Последствия не замедлили сказаться на балансах банков, ориентированных на Восточную Европу.

Потенциал отдельных государств-членов по защите своих банков был поставлен под вопрос, и разброс процентной ставки между различными правительственными облигациями начал тревожно

расширяться. Более того, национальные регулирующие органы, стремясь защитить свои банки, непреднамеренно начали проводить политику «пусти соседа по миру». Все это способствовало нарастанию внутренних противоречий.

В то же самое время разворачивающийся финансовый кризис убедительно продемонстрировал преимущество единой валюты. Без нее государства-члены Еврозоны могли бы столкнуться с такими же трудностями, как Восточная Европа. Получается, что Греция страдает меньше Дании, хотя ее базовые экономические показатели гораздо хуже. Даже если евро находится под давлением, его позиции прочны. Более слабые, безусловно, будут держаться его; если и есть опасность, то она исходит от сильнейшего из государств-членов – Германии.

Германия не разделяет отношение большинства стран мира к нынешнему финансовому кризису, но понять, почему это так, нетрудно. У нее есть болезненный опыт 1930-х годов, когда безудержная инфляция в Веймарской республике привела к власти Гитлера. В то время как остальной мир признает, что противодействовать коллапсу кредитования следует путем расширения монетарной базы, Германия выступает против любой политики, которая может посеять семена инфляции. Более того, хотя Германия активно поддерживает европейскую интеграцию, она, по понятным соображениям, не хочет становиться тем глубоким карманом, который профинансирует прорехи во всей Еврозоне.

Однако положение настоятельно требует институциональной реформы, и Германии она была бы так же выгодна, как и всем остальным. Создание рынка правительст-

венных облигаций Еврозоны принесло бы немедленную выгоду, а также исправило бы структурные недостатки. С одной стороны, оно придало бы убедительности усилиям по спасению банковской системы и позволило оказать дополнительную поддержку новым и более уязвимым членам Европейского союза. С другой стороны, оно стало бы механизмом финансирования скоординированной фискальной контрциклической политики. При грамотной структуризации реформа сняла бы озабоченность Германии относительно желания других стран залезть в ее карман.

Рынки облигаций и векселей Еврозоны дополнили бы существующие рынки правительственных облигаций каждого из государств, не заменяя их. Они находились бы под контролем министерств финансов стран Еврозоны. Регулирование финансовой системы было бы поручено Европейскому центральному банку, а задача по гарантированию работы и, если нужно, спасению финансовых институтов была бы возложена на министров финансов. В результате, в Еврозоне была бы создана единая и хорошо подкрепленная финансовая система. Возможно, соблазн вступить в нее возникнет даже у Великобритании, которая страдает от непомерно большой и недостаточно капитализированной финансовой системы.

Облигации Еврозоны можно было бы использовать для помощи тем новым государствам ЕС, которые еще не входят в нее. Они могли бы также служить повышению кредитного потенциала ЕС вне рамок нынешних мандатов Европейского инвестиционного банка и Европейского банка реконструкции и развития.

Затем ЕС мог бы профинансировать инвестиционные программы, сочетающие контрциклическую функцию с такими важными европейскими целями, как создание единой энергосистемы, сети газо- и нефтепроводов, инвестиции в альтернативные источники энергии и организация общественных работ на Украине с целью создания рабочих мест. Все эти инвестиции способствовали бы ослаблению стратегической мертвой хватки, которой Россия держит Европу. Возражение о том, что свою контрциклическую роль они смогут сыграть очень не-

скоро, можно отвергнуть на том основании, что и рецессия, скорее всего, продлится очень долго.

Необходимо решить два больных вопроса. Первый – это распределение долгового бремени между государствами-членами, а второй – права голоса министров финансов различных стран Еврозоны при принятии решений. Германия сочтет несправедливыми и неприемлемыми существующие прецеденты, а именно бюджет ЕС и состав ЕЦБ. Но многие государства-члены будут недовольны решением, изменяющим соотношение сил в ЕС. Тем не

менее, для того чтобы добиться участия Германии, придется пойти на некоторые уступки. Обычно для достижения компромисса нужен кризис, но в настоящее время кризис разрастается, и чем скорее он будет преодолен, тем лучше.

*Дж. Сорос – один из основателей и член Европейского совета по международным отношениям (European Council on Foreign Relations), автор книги «Крах 2008 г. и его значение» (The Crash Of 2008 And What It Means)*

# THE WALL STREET JOURNAL

## Фондовые индексы понижаются до отметки 1997 г., сигнализируя о начале долгого спада

*«Уолл-стрит джорнэл», США*

**А**мериканские инвесторы присоединились к общемировой распродаже ценных бумаг, которая началась в Азии, тяжелым катком прокатившись по самым различным секторам – от финансов до потребительских товаров длительного пользования и технологий. Индекс Доу-Джонса опустился на 4,2% до 6763.29 пункта. Это самое низкое его значение с апреля 1997 г. В текущем году он потерял почти четверть стоимости, а с момента своего пикового значения в октябре 2007 г. обесценился более чем наполовину.

Больше других пострадали и без того потрепанные кризисом банки. Акции крупнейшего банка Европы HSBC Holdings PLC упали почти на 19%, когда его руководство объявило о планах мобилизации капитала и о выходе из катастрофического по своим результатам вторжения в сферу потребительского кредитования в США. Акции Citigroup Inc. упали на 20%, а ценные бумаги General Electric потеряли 11%.

Отвратительных свежих новостей вокруг в избытке, и трейдеры говорят, что последнее падение в целом отражает усиление песси-

мизма среди инвесторов. Канули в прошлое те золотые дни, когда инвесторы как мантру повторяли фразу «покупай – подешевело», веря в то, что после падения цен на акции обязательно наступит их повышение. Теперь же на бирже царят прямо противоположные настроения.

«Это похоже на непрекращающийся кошмар», – говорит управляющий компании Capital Securities Management из Глен Аллена, штат Вирджиния, Кент Энгельке. Последние данные о состоянии американской экономики не внушают большого оптимизма. Правительство заявило, что в январе норма частных сбережений подскочила до 5%. Это самый высокий показатель почти за 14 лет, а также серьезное отклонение от тенденций последнего времени, когда семьи тратили больше, чем зарабатывали. В прошлом многие призывали американцев больше откладывать, но сейчас снижение потребительских расходов населения ослабляет производство и строительство. Институт управления снабжением (Institute for Supply Management) отметил, что согласно его данным,

уровень занятости в промышленности упал до рекордно низкой отметки с момента начала составления ежемесячных отчетов по этому показателю в 1948 г.

В другом докладе правительство отметило, что в январе снизились затраты на новое строительство. Особую тревогу вызывает 4,3%-ное в годовом исчислении снижение расходов в частном секторе жилья – на проживание в гостиницах и на аренду жилых помещений. Это самый значительный месячный спад за 15 лет.

Экономика, давшая в четвертом квартале усадку в 6,2% в годовом исчислении, в первом квартале может сократиться примерно на 5%. Таковы прогнозы экономистов.

Пока мировые рынки падают вниз, американский доллар укрепляет свои позиции на фоне целого ряда валют. Индекс, демонстрирующий соотношение доллара и шести основных мировых валют, достиг рекордного показателя за три прошедших года. Казначейские ценные бумаги также подросли в цене, поскольку инвесторы стремятся вкладывать деньги в активы с малой долей риска.

Показатель Standard & Poor's 500 впервые с 1996 г. приблизился к опасной отметке в 700 пунктов. Торги он закончил на отметке 700,82, продемонстрировав снижение в 4,7%. Сводный индекс высокотехнологичных компаний NASDAQ понизился на 4%. Не исключено, что эту распродажу отчасти спровоцировал Уоррен Баффет, заявивший инвесторам в своем ежеквартальном письме, что экономика в 2009 г. «будет пребывать в руинах». Кроме того, появились сообщения о новом вливании денег налогоплательщиков в американского страховщика American International Group. Это стало мрачным напоминанием о глубине проблем финансового сектора.

Главный рыночный аналитик из нью-йоркского отделения компании Banyan Partners LLC Роберт Павлик говорит о том, что у своих клиентов он видит больше усталости, нежели паники. «Люди удручены и озабочены, — заявляет он, — общее настроение такое: почему я должен вставать на пути мчащегося поезда?»

60-летний консультант по финансовым услугам из Нью-Йорка Биджон Мишра 80% своих главных пенсионных средств держит в американских казначейских облигациях и в инвестиционных фондах, 5% хранит в виде наличности, и всего 15% — в фондах акций. Он считал, что поскольку акции так низко упали, ему можно будет скоро вновь выйти на рынок для

их покупки. Но сегодня Мишра передумал. «Я хочу подождать, пока ситуация не изменится на прямо противоположную, чтобы максимально обезопасить себя», — заявляет он.

В первые три недели февраля инвесторы бежали прочь от американских фондов взаимных инвестиций. Такие оценки дает Институт инвестиционных компаний (Investment Company Institute). И это бегство продолжается после рекордного по своим объемам изъятия средств в прошлом году, которое составило 234 млрд долл.

Рынок пока не подает признаков того, что падение закончилось, и мы опустили на самое дно. Панической продажи в крупных объемах не отмечается, а ведь именно это является характерной чертой максимального падения рынка, которую трейдеры называют «капитуляцией». Многие аналитики и инвесторы по-прежнему обеспокоены тем, что прогнозы по прибыли слишком высоки, и что цена многих акций как и раньше искусственно завышена. И это после того, как колоссальный спад снизил отношение цены акций к доходу.

«Никто не хочет сегодня совершать на рынке покупки, зная о том, что завтра он понизится на 2 или 3%», — говорит главный рыночный аналитик из фирмы BTIG LLC Майкл О'Рурк. Такие мрачные прогнозы и оценки коренятся в тех серьезных вызовах, с которыми сталкивается сегодня мировая экономи-

ка. Похоже, что инвесторы больше не надеются на быстрый успех. Наоборот, многие полагают, что проблемы сегодня крайне глубоки, и даже если правительства США и других стран приложат самые активные усилия для поддержания финансовых рынков и экономики, пройдут долгие месяцы, прежде чем появятся конкретные признаки эффективности таких мер.

Рыночные аналитики говорят о том, что пока на рынке жилья не появятся весомые признаки окончания периода ценового спада, на бирже будет трудно надеяться на устойчивое восстановление курса акций. Выздоровлению фондового рынка также мешают проблемы финансовой системы. Та неразбериха, в которую попали крупные банки и прочие финансовые институты, настолько сложна и запутанна, что на разблокирование ситуации уйдут многие месяцы.

Главный стратег по инвестициям из компании Raymond James & Associates Джеффри Саут говорит о том, что инвесторы скептически относятся даже к самым слабым намекам на оптимизм. Саут, который в конце 2007 г. стал негативно относиться к акциям, в конце прошлого года начал советовать своим клиентам потихоньку возвращаться на рынок. По его словам, в ответ он получает письма, в которых сквозит ненависть. «Вкладчики зациклились на том, что потеряли кучу денег», — говорит Саут.

## Европе по-прежнему нужен единый внутренний энергетический рынок

«Уолл-стрит джорнэл», США

**В** Европе поднимается новая волна протекционизма. Не стал исключением и энергетический сектор.

Несмотря на попытки Еврокомиссии провести либерализацию энергетического рынка и добиться отмены антиконкурентных законов в странах-участницах ЕС, создание единого внутреннего рынка электроэнергии и природного газа по-прежнему остается недостижимой мечтой. Это стало очевидно во время российско-

украинского газового кризиса в январе нынешнего года. Если у некоторых стран ЕС возник дефицит голубого топлива, другие не испытывали, или почти не испытывали затруднений, либо нашли способ — следует отметить, довольно сомнительный — решения своих проблем.

На деле правительства стран ЕС стремились максимально увеличить объем собственного газоснабжения, чтобы держать цены в узде.

При этом они действовали так, будто национальные рынки находятся в полной изоляции друг от друга. Подобная общепринятая манера поведения побудила директора Международного энергетического агентства Клода Мандила отметить в недавнем интервью Euractiv.com: в Европе «из-за отсутствия политической воли у некоторых стран солидарность по-прежнему существует лишь на словах».

Дефицит политической воли действительно характерен для Европы. Важнее, впрочем, другое – ее неспособность принять адекватные контрмеры после прекращения Москвой подачи газа через Украину продемонстрировала, что создание единого внутреннего рынка голубого топлива на территории ЕС еще далеко от завершения. Дело не только в том, что страны-участницы Союза не смогли наладить сотрудничество для преодоления кризиса. У руководящих органов ЕС отсутствуют полномочия для вмешательства в целях разрешения подобных проблем в энергетической сфере.

Согласно действующим соглашениям, определяющим функции ЕС, Еврокомиссия не вправе осуществлять энергетическую политику. До сих пор она пыталась повлиять на ситуацию в этой сфере с помощью «тройных коней» – политики поощрения конкуренции и экологической политики. Но эти способы, на наш взгляд, нельзя считать наиболее эффективными и удовлетворительными механизмами формирования единой энергетической политики. Дело в том, что они затрагивают пусть важные, но отдельные направления, не связанные с основной энергетической политикой.

В том, что касается энергетических вопросов, Брюссель, по сути, не имеет права голоса – оно принадлежит правительствам стран-участниц. Одним из результатов такой ситуации стал тот факт, что до сих пор не предпринимается достаточных усилий по объединению распределительных сетей, а ведь это создало бы равные условия игры для всех электроэнергетических и газовых компаний Европы. Привязка этих сетей друг к другу позволила бы энергокомпаниям устранять дефицит газа в одной стране за счет его транспортировки из другой, где имеется избыток голубого топлива. Это, в свою очередь, было бы выгодно европейскому потребителю, поскольку усилилась бы конкуренция; одновременно создавался бы механизм для преодоления внезапных возникающих кризисов.

Более того, хотя все страны ЕС обязаны подчиняться одним и тем же директивам в отношении либе-

рализации энергетических рынков и разукрупнения компаний-монополистов, их правительства относятся к выполнению этих директив совершенно по-разному. В ряде стран они трактуются таким образом, чтобы блокировать конкуренцию. В большинстве государств объединенной Европы на рынках сохраняется гегемония бывших госкомпаний-монополистов. В Италии и Франции, к примеру, энергетический сектор отличается крайней структурной концентрацией, и отсутствие конкуренции там очевидно для всех.

Компромисс, достигнутый на последнем по времени этапе либерализации энергетического рынка ЕС – так называемый «третий энергетический пакет», вступивший в силу в июне прошлого года – следует признать в основном неудовлетворительным. К примеру, он не предусматривает требования о выводе распределительных трубопроводов и газохранилищ из собственности вертикально интегрированных компаний. Подобная децентрализация собственности необходима, чтобы обеспечить не только отсутствие дискриминации в доступе к распределительным системам и эффективное использование запасов газа, но и – что, пожалуй, даже важнее – исключить авантюризм в инвестиционной политике энергокомпаний. Действующая на рынке вертикально интегрированная фирма может осуществлять капиталовложения в инфраструктуру таким образом, чтобы не подпускать к нему потенциальных новых участников, например, за счет поддержания низкой пропускной способности трубопроводов и газохранилищ.

После децентрализации у владельцев распределительных сетей, напротив, появится стимул для обеспечения доступа к своей системе как можно большему количеству конкурирующих между собой компаний, поскольку это позволит им транспортировать максимальные объемы газа, и, соответственно, увеличить собственные доходы. Другая важная характеристика децентрализованных сетей заключается в том, что они требуют менее пристального – и менее произвольного – надзора со стороны

регулирующих органов. Соответственно, снижается риск их чрезмерного вмешательства в деятельность бизнеса и неэффективных действий.

Результатом подобной робости и неспособности заставить правительства стран-участниц провести подлинную либерализацию энергетических рынков стали, как выяснилось по итогам проведенного Еврокомиссией исследования ситуации в секторе, сохранение высокой концентрации отрасли, неликвидность рынка (т.е. незначительная доля спотовых транзакций по сравнению с объемами газа, переходящими из рук в руки в рамках долгосрочных контрактов), отсутствие физических «точек доступа», в том числе международных трубопроводов и терминалов для сжиженного газа, а также недостаточность объема трансграничных поставок для обеспечения реальной конкуренции.

Неудивительно, что в исследовании, проведенном Ecorys Nederland BV по заказу Главного управления энергетики и транспорта Еврокомиссии, делается вывод: «Обменные операции, как спотовые, так и фьючерсные, охватывают менее 10% общего объема оборота газа на территории ЕС». При всей своей приблизительности эта оценка свидетельствует о том, что европейский энергетический рынок по-прежнему отличается крайней негибкостью, не позволяющей оптимально распределять ресурсы и оперативно реагировать на внешние шоковые воздействия – в чем мы и убедились в ходе январского кризиса.

Отсутствие солидарности, наблюдавшееся в период российско-украинского газового кризиса – лишь один из симптомов заболевания. Общеευропейский внутренний энергетический рынок по-прежнему существует лишь на словах, а соблазн энергетического протекционизма, или, как выражаются некоторые, «энергетической независимости», грозит аннулировать даже имеющиеся чисто формальные успехи в этой сфере. Появление эффективного, открытого рынка с встроенным «механизмом солидарности» стало бы большим достижением для Европы. Но сначала такой рынок надо создать.

# THE TIMES

## Протекционизм — не ответ на потерю рабочих мест

«Таймс», Великобритания

**Д**ля собственного выживания промышленности и бизнесу надо увеличивать продуктивность и улучшать показатели работы, а не жаловаться по поводу глобализации.

С сентября Великобритания потеряла более 100 тыс. рабочих мест. Поэтому не должна вызывать удивление мрачная уверенность многих людей в том, что и их собственное сокращение неизбежно.

Анализ мнений 1200 с лишним руководителей бизнеса показывает следующее: их озабоченность по поводу гарантий занятости быстро сменилась подготовкой к поиску новых сотрудников. Кажущаяся неумолимой волна увольнений вкупе с появлением свежих талантов из самых разных стран, таких как Бразилия, Россия, Индия и Китай, легко позволяет объяснить причины такой быстрой смены умонастроений. Глобализация вынудила трудовое население Великобритании вступить в состязание в условиях масштабной конкуренции, и по-новому оценить свои собственные профессиональные навыки и умения.

С точки зрения работодателя это также означает начало борьбы с новыми вызовами, поскольку британскому трудовому населению теперь необходимо обеспечивать конкурентоспособность своей страны на международной арене. В такой ситуации призывы обеспечить работой в Британии британцев звучат бессмысленно.

Это вполне понятная реакция на кризис, однако регулирование такого рода на рынке труда — не ответ на возникающие проблемы.

Как бы то ни было, стремление защитить себя от конкуренции нереалистично и неэкономично. Прежде всего, Британия исторически никогда не выступала за политику протекционизма. Двигателем нашей экономики является свободная торговля, а также признание того факта, что страны процветают только тогда, когда поддерживаются взаимоотношения между ними.

Далее, такое стремление непрактично. Задумайтесь, например, о том, сколько иностранных компаний инвестирует средства в Великобритании. Зачастую вместе со своими инвестициями они забрасывают в нашу страну хорошо образованных, опытных и высококвалифицированных сотрудников, работающих в той области, которой занимается компания.

Может ли Британия позволить себе упустить возможность научиться чему-то у других? Можем ли мы рисковать иностранными инвестициями в Великобритании в момент, когда нам необходимо укреплять международную торговлю, а не возводить препятствия на ее пути?

Следует также задуматься и о проблемах рынка. Существует общепринятое мнение о том, что организация должна

отражать интересы клиентов, чтобы стать привлекательной для своих потенциальных покупателей. Но в эпоху глобализации, когда общество богатеет благодаря своему разнообразию, сокращение базы талантов может на самом деле привести к краху.

Для собственного выживания промышленности и торговле надо увеличивать продуктивность и улучшать показатели своей деятельности. А это значит, что на работу следует принимать таких людей, которые обладают нужными навыками и способностями.

Вопрос сейчас заключается в том, как нам обеспечить подготовку и квалификацию своих трудовых кадров, чтобы они не уступали другим, чтобы у работодателей была возможность нанимать и продвигать самых лучших.

Речь здесь идет не о месте рождения. Речь идет о решении проблемы нехватки квалифицированной рабочей силы, а также об открытии для организаций широчайшего доступа к лучшим талантам.

Для защиты рабочих мест надо сделать так, чтобы в бизнес и в экономику вернулись доверие и уверенность. Чтобы добиться этого, бизнес должен поверить, что у него достаточно возможностей, знаний и опыта для демонстрации хороших результатов. Важно не то, откуда приходят к нам квалифицированные специалисты, а то, чтобы они работали.

# The Washington Times

## Растленное влияние капитализма

«Вашингтон таймс», США

**К**арл Маркс считал, что капитализм растлевает все, к чему ни прикоснется – в том числе и государство, утверждающие этот строй. Как это ни парадоксально, то, что недавно произошло с нашей экономикой, стало результатом именно этой тенденции – речь идет о влиянии финансового сектора на американское государство в пользу отказа от регулирования рынка.

Вспомним, в стране, в конечном итоге получившей название СССР, у Маркса было два типа последователей – первые действительно верили в экономическую безупречность принципа государственной собственности и бесклассовое социалистическое общество; вторые на словах декларировали преданность марксизму, а на деле использовали систему для карьерного роста и личной наживы.

Лишь в 1985 г. к власти в стране пришел верный адепт Маркса – Михаил Горбачев. Помните «гласность»? Горби был уверен, что знакомство советских людей с «прогнанным Западом» наглядно покажет им: марксизм и социализм – единственно правильный путь. Получилось же все с точностью до наоборот. Погружение СССР в океан западной массовой культуры привело к тому, что общество отвергло идею контроля государства над экономикой, и, в конечном итоге, к распаду самого Союза.

В процессе демонтажа государственной собственности ее ценные элементы достались представителям нового поколения. Впрочем, эти люди были теми же советскими аппаратчиками, только низшего звена – в основном выходцами из шпионского ведомст-

ва КГБ, владеющие ныне на правах личной собственности большей частью богатств России. Таким образом, коррупция в высших эшелонах власти этой страны на деле никуда не исчезла, в то время как большинство простых людей по-прежнему живет в нищете.

Можем ли мы извлечь из этого какой-то урок? Как ни странно – да, и об этом наглядно свидетельствует недавний крах многих «свободных» коммерческих рынков по всему миру.

В нашей стране, конечно, избранные администрации, представляющие обе политические партии, предпочитают – или, по крайней мере, традиционно предпочитали – держаться подальше от «средств производства» нашего народного хозяйства, будь то кредитные и фондовые рынки, банковская система или реальный сектор, производящий товары и услуги. При этом, в полном соответствии с постулатами Маркса, эти сектора экономики обрели необычайное могущество. Тем не менее, поскольку – опять же традиционно – официальные связи между гигантским частным сектором и властями почти отсутствуют, эти два элемента, вопреки опасениям Маркса, не объединились с целью нарушения прав граждан.

Однако в последнее время мы имели не один случай в этом убедиться – частный сектор со всей его экономической мощью, особенно если он остается без надзора, не в состоянии удержаться от использования любых способов заработать легкие деньги, не задумываясь о долгосрочных последствиях, если государство ему это позволяет. Именно так и случилось в нашей стране.

В США погоня за быстрыми, легкими деньгами в постоянно возрастающем масштабе всегда становилась причиной экономических катастроф. Это может происходить из-за того, что личные доходы зависят от шагов, по определению приводящих к конфликту между собственными интересами и служебными обязанностями. Порой эти конфликты оборачиваются откровенно преступными действиями: мошенничеством (например, строительством финансовых пирамид), биржевыми операциями с использованием конфиденциальной информации и простыми хищениями. Все это в различных формах мы наблюдали в последние месяцы.

В основном, однако, схемы для «быстрого заработка» представляют собой простой неофициальный сговор с «встроенным» – и в основном нерегулируемым – конфликтом интересов. И, по крайней мере на сегодняшний день, создается впечатление, что у нас действовало несколько весьма масштабных афер из этой категории, и это, несомненно, требует новых, основанных на реальном анализе ситуации, надзорных мер со стороны государства.

Самую печальную известность приобрели подобные схемы, действовавшие в период бума и краха на рынке недвижимости. Как и в большинстве якобы сложных финансовых вопросов (и как это происходило в периоды аналогичных циклических колебаний в прошлом) на деле все здесь достаточно просто: в секторе, связанном с риелторским бизнесом, непременное условие получения прибыли – это предоставление кредита на покупку жилья (и чем больше его сумма, тем лучше).

В результате, почти все заявки на ипотечные кредиты удовлетворялись – не в качестве инструмента долгосрочных инвестиций, а для ускоренного и прибыльного «прокручивания» средств: сначала с таких кредитов снимались сливки в виде комиссии или процентов, после чего они «пакетировались» (а точнее, «маскировались») для продажи банкам, инвестиционным компаниям и институциональным инвесторам, многие из которых приобретали эти кредитные обязательства за счет наших с вами «надежных» пенсионных накоплений.

Одним словом, от кредитов извлеклись прежде, чем они успевали стать проблемными – как только участники подобных схем понимали, что надежность выплат не гарантирована. По сути, на рынке недвижимости была построена гигантская финансовая пирамида. И в конечном итоге выяснилось, что даже у менеджеров

Fannie Mae и Freddie Mac (полугосударственных корпораций, называвшихся «предприятиями с государственным финансированием») размер многомиллионных премиальных был привязан к объему (в основном проблемных) кредитов, которые они предоставляли и «секьюритизировали». Что уж тут говорить о «конфликте интересов» – рынок недвижимости прогнал насквозь!

А теперь урок от Карла Маркса: государство должно управлять экономикой – но не в роли владыки и менеджера конкретных предприятий. Подобная форма собственности проявила себя фактически несовместимой с нашей системой свободного предпринимательства; кроме того, как убедились русские, подобные предприятия крайне неэффективны и не способны гибко реагировать на потребности рынка.

Однако в обязанности нашего государства и сегодня должен вхо-

дить надзор за качеством и добросовестностью деятельности на финансовом рынке, особенно в его банковском и неакционерном сегментах. И неспособность справиться с этой обязанностью – недостаток, присущий всем нашим администрациям и всем созывам Конгресса, как минимум с 1980-х гг.

Неужели их просто подкупали лоббисты большого бизнеса и финансового сектора? Возможно: много лет Капитолий, предвыборные кампании и даже исполнительная власть буквально купались в корпоративных деньгах на «политическое бездействие» – достаточно вспомнить о гигантском жалованье топ-менеджеров в Fannie Mae и Freddie Mac. И в конечном итоге именно этот провал государства в выполнении своих надзорных функций – с тем же результатом, что и прямая коррупция – стал причиной нынешнего кризиса. Все точно по Марксу. ■

# The Guardian

## Запад простудился – у Востока озноб

«Гардиан», Великобритания

**С**уществует два типа глобальных экономических кризисов: одни начинаются на периферии и постепенно добираются до центра, а другие поражают ядро и распространяются вовне. Первые более распространены, вторые более опасны.

На протяжении девяностых и в первые годы нынешнего десятилетия развивающиеся рынки пережили немало страхов. Мексика была первой страной, в которой обрушилась национальная валюта, и по ее образцу развивались азиатский кризис 1997 г., российский дефолт 1998 г. и аргентинский коллапс в конце 2000 г.

Тогда некоторые из нас говорили, что эти начинающиеся кризисы служат предупреждением о грядущих

бедах. Глобальная экономика была подобна человеку среднего возраста, у которого начинаются боли в груди. Хотя врач говорит, что он слишком много ест, пьет и курит, человек продолжает ни в чем себя не ограничивать. В результате он зарабатывает обширный инфаркт.

Поскольку предупреждения не были услышаны, сегодня мы имеем кризис второго типа, от которого не спрятаться никому. Безусловно, именно так было в 1929–32 гг. – то был единственный прецедент распространения экономических бед из ядра на периферию – и абсолютно точно, что именно это переживают сегодня развивающиеся рынки.

Но нигде воздействие глобального кризиса не ощущается так болезненно, как в Восточной Европе. В пятницу Всемирный банк, Европейский инвестиционный банк и Европейский банк реконструкции и развития объявили о том, что в ближайшие два года они выделяют странам Центральной и Восточной Европы около 25 млрд евро, но нужно гораздо больше.

В странах бывшего «железного занавеса» разворачивается экономическая катастрофа. Россия на горьком опыте убедилась в опасности своей зависимости от экспорта нефти и газа; уровень падения объема промышленного производства в годовом исчислении

измеряется двузначными цифрами, и, несмотря на мощное рецессионное давление, процентные ставки повышаются для того чтобы сохранить курс рубля по отношению к бивалютной (доллар-евро) корзине в рамках установленного коридора.

Еще хуже дела в соседней Украине. В январе промышленное производство сократилось на треть по сравнению с январем прошлого года; объем потребления резко упал; ставки однодневных кредитов составляют около 50%; МВФ отложил выделение Украине второго транша кредита, поскольку правительство не в состоянии сбалансировать бюджет. Велика вероятность дефолта по долговым обязательствам, который может спровоцировать экономический коллапс во всех странах региона.

В Болгарии и Румынии закрыты принадлежащие иностранным владельцам заводы, производящие дешевые товары. Валюты этих стран оказались под мощным давлением, а процентные ставки достигли небывалых высот. Вмешательства МВФ следует ожидать уже в ближайшие недели.

Прибалтийские государства оказались в двойной ловушке; из-за кредитного кризиса им перекрыт доступ к западному капиталу, а их основные экспортные рынки – Россия и Еврозона – находятся в трудном положении. Темпы сокращения ВВП Латвии и Эстонии в годовом исчислении приближаются к 10%.

### СУРОВАЯ ВСТРЯСКА

В последние недели финансовые рынки Венгрии подверглись суровой встряске. Глобальные рынки капитала позволили этой стране профинансировать ипотечные кредиты, деноминированные в иностранной валюте. Проблема с такими кредитами заключается в том, что при обесценивании национальной валюты ваши платежи резко растут, а именно такая судьба ожидала форинт, когда зарубежные инвесторы обеспокоились огромным дефицитом Венгрии по текущим счетам.

Благодаря принадлежности к зоне евро, Словакии удалось избе-

жать самого худшего в финансовых потрясениях, но по ней сильно ударило падение глобального спроса на промышленные товары. За последние 15 лет многие автопроизводители перенесли свое производство в Словакию, но теперь VW приостановил производство, а Kia сократила рабочее время на 25%.

В остальных странах такая же печальная картина. Курс польского злотого резко упал; в Чехии обрушилось промышленное производство; Турция снизила процентные ставки после того, как стало известно, что производство автомобилей сократилось на 60% по сравнению с прошлым годом. На прошлой неделе центральные банки Венгрии, Польши, Румынии и Чехии выступили с совместным заявлением, в котором подчеркнули, что они готовы к вмешательству ради защиты своих валют.

Сегодня Восточная Европа находится на грани повторения азиатского кризиса 1997 г., и перспективы весьма унылы, если только не произойдет резкого повышения глобального спроса. Судя по последним данным из США, Китая, Японии и Германии, до этого дело пойдет нескоро.

Но есть и пара лучей надежды. Первый состоит в том, что резкое снижение промышленного производства на каждом континенте может оказаться частью глобальной операции по освобождению от активов, и когда этот процесс будет завершен, фирмам потребуется начинать увеличивать объем производства даже для удовлетворения более низкого спроса.

Рабочая сила в Центральной и Восточной Европе дешева, поэтому вероятно, что при завершении спада компании, стремясь сэкономить деньги и увеличить прибыли, начнут переносить производство в Польшу, Словакию и Болгарию. Однако это будет не так просто, как может показаться. Налогоплательщики богатых стран Западной Европы и Северной Америки только что потратили целое состояние, спасая совершенно бесполезных банкиров, и не очень-то хотят вдобавок лишиться рабочих мест. В

начале девяностых Россия и ее бывшие сателлиты были лабораторными мышами, над которыми ставился эксперимент по быстрому переходу к капитализму; теперь они станут лакмусовой бумажкой, которая покажет, насколько богатые страны привержены борьбе с протекционизмом.

Мы исходим из того, что Николя Саркози играет в одиночку, говоря, что он рассчитывает на то, что помощь государства французской автомобильной индустрии пойдет на сохранение рабочих мест во Франции, а не в Словакии. Но благосостояние Уолл-стрит и быстрорастущий уровень безработицы дают сочетание, которое означает неблагоприятную атмосферу для тех, кто считает, что мир не должен отворачиваться от свободной торговли.

Для Европейского союза проблемы бывшего коммунистического блока стали бы реальным вызовом и в самые благоприятные времена. Но сейчас времена далеко не благоприятные. Богатым странам Западной Европы будет нелегко помочь менее обеспеченным восточным соседям в то время, как Германия, Франция, Италия и Испания переживают рецессию, в Ирландии обрушился рынок жилья, а на улицах Греции проходят акции протеста. Наконец, австрийские банки надавали кредитов странам Восточной Европы, платежеспособность которых находится теперь под вопросом.

Все это станет первым настоящим испытанием Еврозоны. Есть уже такие, кто полагает, что давление, оказываемое на евро, приведет к тому, что одна или несколько стран – обычно кандидатами считают Италию и Грецию – решат отказаться от единой валюты.

Это по-прежнему кажется маловероятным, хотя нужно сказать, что за последние полтора года произошло много маловероятных вещей – например, национализация значительной части банковской системы Великобритании. Однако, чем евро шире, тем он слабее, и это совершенно очевидно.

# Newsweek

## Признания «мудреца»

«Ньюсуик», США

Сегодня, когда финансовая система лежит в руинах и на кону — триллионы долларов государственных ассигнований, эксперты по экономическим вопросам превратились в своеобразную «касту жрецов». Каждый день — в эфире, Интернете и печати — десятки экономистов и аналитиков выносят вердикты о том, насколько серьезен нынешний кризис и как долго он продлится. Есть, однако, основания для скептического отношения к этим прогнозам. Пусть во многих случаях речь идет о мнениях людей знающих и проницательных, объективными и беспристрастными их считать нельзя. Я это точно знаю, ведь я был одним из них. И хотя я никогда не говорил того, что не соответствовало бы моим взглядам, сами эти представления порой, пусть и исподволь, определялись теми, кто платит по счетам.

К экспертам-экономистам относиться следует так же, как к политикам и корпоративным менеджерам — или ко всем, кто что-то продает. Говард Шульц, глава Starbucks, недавно обошел все информационные телепередачи, рассказывая о своих планах предложить клиентам растворимый кофе. Он подробно рассказывал о нынешних тенденциях в потреблении этого напитка и предпочтениях людей. Никто не сомневается в его знании рынка, но все мы понимаем: говоря все это, Шульц занимается своим прямым делом — продает кофе.

Многие профессионалы-экономисты работают на крупные инвестиционные компании. Некоторые являются их штатными сотрудниками, у других есть собственные исследовательские

фирмы, продающие свои аналитические разработки хеджевым фондам, ПИФам и пенсионным фондам. Этих специалистов чаще всего интересуют не абстрактные научные проблемы, а прикладные экономические данные, которые можно использовать при принятии инвестиционных решений — например, о влиянии роста безработицы на проценты по облигациям и котировки акций. Тем не менее к таким ученым часто обращаются СМИ с просьбой прокомментировать именно эти проблемы.

Подобно Шульцу, у всех подобных экспертов есть собственные соображения — они не носят злонамеренного характера, но тем не менее определяют их мировоззрение. Многие годы я работал главным экономистом в инвестиционной компании, специализирующейся на акциях, демонстрирующей динамичный рост котировок. Естественно, менеджеров, вкладывающих капиталы в такие акции, интересует «оптимистическая» сторона вопроса. Они ищут компании, находящиеся «на взлете». И я, представляя эту фирму, старался оценивать ситуацию по принципу «стакан наполовину полон», что соответствовало и моему собственному мировосприятию, и целям моих работодателей — вселить уверенность в уже имеющихся клиентов и привлечь новых.

А теперь возьмем экономиста или аналитика, работающего на фирму, играющую на понижение, или специализирующуюся на операциях с облигациями. В первом случае его скорее всего будут интересовать компании, производящие впечатление благополучных, но на самом деле слабые,

а во втором — такие факторы, как процентная ставка, уровень инфляции и экономическая политика государства. Сигналы они будут искать скорее на кредитном, а не на фондовом рынке, и в своих оценках будут скорее осторожны, консервативны или пессимистичны.

У других экспертов задача иная — продать свои исследовательские разработки. Алан Гринспен, к примеру, сделал карьеру и создал себе репутацию в качестве партнера в компании Townsend-Greenspan, чья клиентура полностью совпадала со списком тогдашних воротил Уолл-стрит. Уважаемые исследовательские компании получают солидные гонорары, и покупатели требуют от них четких, сжатых и недвусмысленных аналитических докладов и прогнозов. Инвесторам нужны не туманные теоретические рассуждения, а руководство к действию. Гринспен преподносил себя как специалиста, способного разглядеть то, что другим недоступно; он предлагал клиентам четкие материалы, без всяких оговорок и неоднозначности, а они хорошо за это платили.

Прошлые ошибки не так уж и страшны, если в данный момент вы оказываетесь правы. Оценки Нуриэля Рубини по прозвищу Доктор Апокалипсис однозначными никак не назовешь. Теперь же, после того, как прогнозы Рубини насчет обвала цен на рынке жилья и системного коллапса оправдались, спрос на продукцию его фирмы RGE Monitor постоянно растет. Вездесущий Марк Занди — он продал свою консалтинговую компанию агентству Moody's и теперь работает там главным экономистом — постоян-

но говорил о необходимости масштабных финансовых стимулов, и с тех пор, как администрация Обамы взяла на вооружение многие его рекомендации, комментарии этого эксперта идут нарасхват.

И это может принести немалые деньги. К примеру, аналитик рынка финансовых услуг Мередит Уитни не раз попадала на обложки журналов за то, что «резала правду-матку» о банках, чью деятельность ей поручали оценить. Несколько недель назад она ушла с высокооплачиваемой должности в Orpenheimer и открыла собственную консалтинговую фирму — то есть теперь Уитни будет брать денежки с многих клиентов свое-

го прежнего работодателя за собственные «недвусмысленные» прогнозы.

Возможно, существуют и «эксперты», намеренно подгоняющие выводы под собственные концепции. Но таких, на мой взгляд, немного. Проблема не столько в добросовестности торговцев аналитическим товаром, сколько в рыночных силах, которые проводят их отбор. В благополучные времена, когда люди ощущают уверенность в себе, эксперты, придерживающиеся аналогичной точки зрения, пользуются большим вниманием и спросом, чем пессимисты. Если же начинаются неприятности, а сейчас именно такой момент, мудрецами выглядят специалис-

ты, чья точка зрения совпадает с общим мрачным настроением.

Таким образом, статус видных экспертов зачастую приобретают те, чьи слова гармонируют с настроением момента, и кто испытывает меньше трудностей с продажей своей продукции. Это не означает, что их анализ по определению неверен — речь идет о том, что он по определению подвержен влиянию рынка. Так что в следующий раз, слушая мнение очередного «эксперта» по экономическим или биржевым вопросам, помните: в конечном итоге вы имеете дело не столько с Дельфийским оракулом, сколько с Говардом Шульцем от науки.

## Китай отправился «за покупками» на юг: забудьте «how do you do», учитесь произносить «ни хао»

«Ньюсуик», США

**Б**удем надеяться, что на высокопоставленных китайских дипломатов распространяются бонусы для постоянных авиапассажиров. Учитывая, сколько времени и денег они тратят на перелеты, председателю Ху Цзиньтао и его заместителю Си Цзиньпину бесплатные билеты явно не помешали бы. Эта челночная дипломатия — один из элементов стратегии «Юг-Юг», призванной создать коалицию латиноамериканских и африканских стран, поставляющих сырье, в первую очередь нефть, Китаю. Беспокоит здесь вот что: пока все другие страны полностью сосредоточиваются на борьбе с собственными финансовыми кризисами, Китай, у которого денег хоть отбавляй (хотя его экономика, несомненно, тоже пострадала из-за сокращения спроса в США на китайские экспортные товары) оптом и в розницу скупает сырье у стран, остро нуждающихся в средствах.

Больше всего визовых штампов на паспорта китайские дипломаты собирают в Латинской Америке: так, заместитель председателя

КНР Си Цзиньпин только что вернулся из поездки по региону, посетив сразу пять стран. Нечто похожее мы наблюдаем и в Западной Африке: председатель Ху только в феврале побывал в пяти тамошних государствах, обещая новые инвестиции и инфраструктурные проекты, в том числе по строительству моста в Мали, который Пекин называет самым масштабным «подарком» странам региона. Критики утверждают, что подоплекой подобной щедрости является стремление получить права на разработку нефтяных ресурсов.

Несомненно, тот же сценарий разыгрывается и в Венесуэле, где Си обещает внести 8 млрд долл. (еще 4 млрд вложит Каракас) в совместный фонд развития, предназначенный для реализации проектов, связанных с социальной сферой и гражданским обществом. Опять же речь не идет о чистой благотворительности: две страны также подписали соглашения, предусматривающие подготовку к разработке нефтяных месторождений в бассейне реки

Ориноко на территории Венесуэлы, создание компании по строительству танкеров и сооружение ряда нефтеперерабатывающих заводов в Китае; в результате общее число контрактов, заключенных между Каракасом и Пекином, достигает уже 300.

В Бразилии Си и президент Луиш Инасиу Лула да Силва заключили соглашение, согласно которому Petroleo Brasileiro (Petrobras), бразильская нефтяная компания (она представляет собой открытое акционерное общество, но контрольный пакет остается за государством), будет поставлять 60–100 тыс. баррелей в сутки Uniprec Asia, филиалу Китайской нефтехимической корпорации (Sinoprec), и 40–60 тыс. баррелей в сутки компании PetroChina. В обмен, как явствует из меморандума о взаимопонимании, Китайский банк развития и Sinoprec предоставят до 10 млрд долл. для финансирования разработки Petrobras труднодоступных морских месторождений, обнаруженных несколько лет назад на глубине нескольких километров —

под скальным дном и соляными пластами. Соглашение также предусматривает возможную реализацию совместных проектов в сфере нефтяной индустрии, а также поставку китайскими компаниями товаров и услуг Petrobras.

В том, что Венесуэла готова поставлять нефть Китаю, ничего нового, конечно, нет. На прошлой неделе президент Уго Чавес, явно впадая в гиперболу, заявил: «Вся нефть, что может понадобиться Китаю для развития экономики в ближайшие 200 лет, находится здесь, в Венесуэле». Однако соглашение, подписанное Си и президентом Инасиу Лула да Силва, представляет сегодня первый масштабный выход Китая на рынок бразильских экспортных товаров, за исключением сельскохозяйственных (в 2008 г. Китай уже занял первое место среди импортеров сельхозпродукции из этой страны). Это событие заслуживает внимания еще и потому, что Вашингтон долгое время считал этого южноамериканского гиганта либерально-демократическим, рыночным «противовесом» нескольким странам континента, все больше уклоняющимся влево, и в принципе воспринимал его как «свою территорию», или, в более пренебрежительной формулировке, «свои задворки».

Китай стремится продемонстрировать, что на мировой торговой арене он «больше не выступает в роли ведомого», отмечает Сун Хун, научный сотрудник китайской государственной Академии общественных наук, специализирующийся на проблемах торговли. И в ситуации, когда президент Обама действует на «латиноамериканском направлении» довольно неторопливо, Китай без труда заполняет вакуум, играя первую скрипку в регионе. После подписания нового соглашения министр иностранных дел Бразилии Селсу Аморим назвал отношения с Китаем «самыми важными по линии «Юг–Юг». Обама, напротив, пока лишь слегка обозначил заинтересованность в сотрудничестве со своим

бразильским коллегой; в ходе визита Лулы в Вашингтон в марте этого года президенты должны обсудить вопросы о биотопливе и Дохийском раунде торговых переговоров под эгидой ВТО.

Имеющиеся у Бразилии запасы нефти (по оценкам, емкость морских месторождений составляет 12 млрд баррелей, а подсольевых месторождений – еще 100 млрд баррелей) помогут осуществить планы правительства по вхождению Petrobras в «категорию нефтедобывающих компаний-тяжеловесов». Если даже подобные запасы не позволят стране вернуться в великую нефтяную державу, полученные от Китая средства по крайней мере позволят ей сократить отставание от ведущих игроков в этой сфере. К китайскому финансовому источнику в последнее время прибавляет не только Венесуэла, но и Россия. На прошлой неделе Пекин предоставил российским нефтяным компаниям «Транснефть» и «Роснефть» кредит в 25 млрд долл. в обмен на поставку 300 тыс. баррелей черного золота в сутки в течение 20 лет. «Новообретенные связи с Китаем, Россией и другими «полусверхдержавами» говорят о стремлении Бразилии к проведению сбалансированной внешней политики, налаживанию отношений как с государствами Латинской Америки, так и со странами с развивающейся рыночной экономикой, расположенными за пределами Западного полушария», – отмечается в докладе Совета по делам Западного полушария (Council on Hemispheric Affairs), опубликованном 23 февраля.

В условиях нынешнего кризиса Бразилия, как и другие страны, сталкивается с серьезными трудностями: 2009 г. для нее начался с ухудшения экономической ситуации, увеличения безработицы и снижения потребительского спроса. В результате рост ВВП Бразилии в этом году может составить менее 2%. В этих условиях, как отмечается в недавнем аналитическом докла-

де Общества по изучению Северной и Южной Америки (Americas Society), Petrobras разработала план по увеличению расходов, скоординированный с шагами правительства по стимулированию экономики. Он включает выделение 28 млрд долл. на разработку недавно открытых подсольевых месторождений нефти. Немалую часть этой суммы составляют полученные от Китая 10 млрд. Сегодня, когда большинство стран сталкиваются с дефицитом денежных средств, для Китая наступил благоприятный момент – он может использовать свои валютные резервы с максимальной выгодой.

Латинская Америка долгое время представляла собой сырьевой придаток США, хотя последние сто лет страны региона стараются развивать отрасли промышленности с более высокой добавленной стоимостью. В декабре прошлого года, когда Ху Цзиньтао совершал свой визит на Кубу, в Коста-Рику и Перу, заключая повсюду соглашения о свободной торговле (после того, как в прошлом месяце были ускорены переговоры с Аргентиной, их общее количество в латиноамериканском регионе достигло пяти), посол Мексики в Китае Хорхе Гуахардо выразил беспокойство в связи с тем, что торговые отношения Пекина со странами Латинской Америки имеют чрезмерный «сырьевой» перекося. Он бы предпочел, чтобы «поощрялись инвестиции в обрабатывающую промышленность»: это стало бы «отличной возможностью способствовать развитию всех заинтересованных сторон». Однако после латиноамериканского турне Ху Цзиньтао возникает впечатление, что для Китая «сотрудничество по линии «Юг – Юг» означает возврат региона к роли сырьевого придатка.

Так что китайские дипломаты, купающиеся в этом потоке нефти, пожалуй, все же могут обойтись без бонусов для постоянных авиапассажиров.

## МВЦ «Крокус Экспо», 2009 год

### МАЙ

12–16 мая, пав. 3, залы 12–15, 18  
17-я Международная специализированная выставка-ярмарка мебели и сопутствующих товаров «ЕВРОЭКСПОМЕБЕЛЬ / ЕЕМ»  
8-я Международная специализированная выставка комплектующих, фурнитуры, материалов для производства мебели «ИНТЕРКОМПЛЕКТ/INTERZUM MOSCOW-2009»  
Организатор: ЗАО МВК

18–22 мая, пав. 1, 2, залы 2, 3, 5–8  
Выставка машиностроительной отрасли «МАШИНОСТРОЕНИЕ / MASHEX-2009»  
Международная специализированная выставка комплектующих изделий в машиностроении «МАШКОМП / MASHCOMP»  
Международная специализированная выставка автоматизации производства, робототехники, информационных технологий для промышленности «ИНТЕХМАШ / INTECHMASH»  
Международная специализированная выставка модернизации, ремонта и восстановления машин и оборудования «РЕТЕКМАШ / RETECHMASH»  
Международная специализированная выставка измерительных приборов, инструментов и технологий «МЕТРМАШ / METRMASH»  
Международная специализированная выставка электротехники и электроники «ЭЛЕКМАШ / ELECMAH»  
Международная специализированная выставка технологий и оборудования для литейного производства «ЛИТЭКСПО / LITEXPO»  
Международная специализированная выставка подшипников и их производства для всех отраслей промышленности «ПОДШИПНИКИ / INBETECH»  
Международная специализированная выставка подъемно-транспортного, грузоподъемного и лифтового оборудования «ПОДЪЕМНО-ТРАНСПОРТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ/ HANDLING EQUIPMENT»  
Организатор: ЗАО МВК

21–23 мая, пав. 1, зал 4  
Российская Международная выставка вертолетной индустрии HELIRUSSIA 2009  
Организатор: Русские Вертолетные Системы

26–28 мая, пав. 3, залы 14, 15  
Международный форум инновационных технологий и перспективных разработок «от поля до прилавка» для мясной и молочной индустрии «МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ. КУРИНЫЙ КОРОЛЬ / VIV RUSSIA-2009»  
Международный форум инновационных технологий и перспективных разработок «от поля до прилавка» для мясной и молочной индустрии «ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА / REFRIGERATION INDUSTRY»  
Организатор: «Асти Групп»

26–29 мая, пав. 3, зал 13  
6-я Международная выставка по управлению отходами и природоохранным технологиям «ВЭЙСТТЭК-2009»  
Международная выставка «СИТИПАЙП-2009» (ТРУБОПРОВОДНЫЕ СИСТЕМЫ КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: СТРОИТЕЛЬСТВО, ДИАГНОСТИКА, РЕМОНТ, ЭКСПЛУАТАЦИЯ)  
Организатор: «СИБИКО Интернэшнл»

### ИЮНЬ

2–6 июня, пав. 1, 2, залы 1–8  
10-я Международная специализированная выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ-2009»  
Организатор: «Медиа Глоб»

3–5 июня, пав. 3, зал 14  
4-я Международная специализированная выставка «ROSMOULD-2009 / ФОРМЫ. ПРЕСС-ФОРМЫ. ШТАМПЫ»  
Организатор: «ЭКСПО-МОЛД»

9–11 июня, пав. 2, зал 10  
18-я Международная специализированная выставка игорного, лотерейного и развлекательного оборудования EELEX  
Организатор: «Смайл Экспо»

15–18 июня, пав. 3, залы 14, 15  
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ 2009»  
Организатор: «МосШуз»

15–19 июня, пав. 1, 2, залы 1–8  
14-я Международная специализированная выставка: упаковочные машины и технологии; оборудование для производства упаковки. Упаковочные материалы; тара и вспомогательные упаковочные средства. Складские услуги и логистика, подъемно-транспортная техника. Упаковка для всех отраслей промышленности «РОСУПАК 2009»  
Организатор: ЗАО МВК

### ИЮЛЬ-АВГУСТ

10 июля – 16 августа  
Пав. 2, залы 5–8  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ СПОРТИВНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ МОЛОДЕЖИ И СТУДЕНТОВ  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

5–7 августа, пав. 1, зал 4  
11-я Международная отраслевая выставка «СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ – 2009»  
Организатор: «МосОблЭкспоСтрой»

26–30 августа, пав. 2, 3, залы 5, 8, 12–15  
5-я Международная автомобильная выставка «ИНТЕРАВТО 2009»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

26–30 августа, пав. 1, 2, залы 1–4, 6, 7  
13-я Московская международная автомобильная выставка «МОТОР-ШОУ/MIMS 2009»  
Организатор: ITE

### СЕНТЯБРЬ

5–8 сентября, пав. 1, залы 1–4  
Международная специализированная выставка «ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ-2009»  
Организатор: «Виндекс»

8–11 сентября, пав. 2, залы 7, 8  
Международная специализированная выставка «ДЕНТАЛ ЭКСПО 2009»  
Организатор: ДЕ-5

14–17 сентября, пав. 1, зал 1  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ ФОРУМ 2009  
Организатор: ООО «Продвижение»

14–17 сентября, пав. 1, зал 2  
Международная специализированная выставка-форум «СТРОИТЕЛЬНЫЙ СЕЗОН 2009»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

15–17 сентября, пав. 2, зал 10  
15-я Международная специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков, предметов для промоушн «IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ 2009»  
Организатор: «ИПСА Рекламные сувениры»

16–18 сентября, пав. 2, зал 7  
4-я Международная выставка деловой авиации JET EXPO 2009  
Организатор: Jet Expo LLC

16–19 сентября, пав. 3, залы 12–15  
Международная специализированная выставка сельхозтехники «АГРОСАЛОН 2009»  
Организатор: Агентство развития «Союзагромаш»

17–20 сентября, пав. 2, зал 5  
Выставка технического антиквариата  
XIV ОЛДТАЙМЕР ГАЛЕРЕЯ ИЛЬИ СОРОКИНА  
Организатор: «Олдтаймер»

21–23 сентября, пав. 2, зал 9  
Международная выставка света в интерьере LIGHT RUSSIA 2009

21–24 сентября, пав. 2, залы 9, 11  
11-я Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера HEIMTEXTIL RUSSIA 2009  
Организатор: «Мессе Франкфурт PVC»

21–24 сентября, пав. 2, зал 8  
12-я Международная выставка инструментов «ИНТЕРТУЛ МОСКВА»  
Организаторы: «Рид Элсивер» / ITE

22–24 сентября, пав. 2, залы 10, 11  
7-я Международная выставка по франчайзингу и другим бизнес-возможностям BUYBRAND 2009  
Международная выставка технологий и инноваций розничной торговли EXPORETAIL RUSSIA  
Организатор: E.M.T.G.

22–24 сентября, пав. 2, зал 10  
Специализированная выставка хозяйственных товаров, посуды и товаров для дома HOUSEHOLD EXPO 2009  
Организатор: «МОККА Экспо Групп»

22–25 сентября, пав. 1, залы 3, 4  
15-я Международная туристская выставка «ОТДЫХ/LEISURE RUSSIA»

22–24 сентября, пав. 1, зал 1  
Международная выставка по деловому туризму и корпоративным мероприятиям MIBEXPO

22–24 сентября, пав. 1, зал 2  
3-я Международная выставка эксклюзивного туризма LUXURY LEISURE 2009  
Организатор: «Евроэкспо»

23–26 сентября, пав. 3, зал 15  
Всеобластная выставка «ПОДМОСКОВЬЕ 2009»  
Организатор: «Экспо-Московия»

23–26 сентября, пав. 3, залы 17, 18, 19  
Международная специализированная выставка обуви, сумок и аксессуаров «МОСШУЗ 2009»  
Организатор: «МосШуз»

29 сентября – 1 октября, пав. 1, зал 2  
Международная специализированная выставка-форум «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ХИМИЧЕСКОЙ ЧИСТКИ И СТИРКИ»  
Организатор: МВЦ «Крокус Экспо»

30 сентября – 3 октября, пав. 3, зал 12, 13, 14  
12-я Международная выставка «ПИР – ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА 2009»  
Организатор: ЗАО «ПИР Групп»

В программе выставок возможны изменения и дополнения

\* Нет CROCUS —  
нет любви

No CROCUS

no

love\*

ПОДАРОЧНЫЙ  
СЕРТИФИКАТ

CROCUS CITY MALL

ШОПИНГ КАК ИСКУССТВО

Теперь Вы точно знаете,  
что им подарить.

реклама

727-24-24