

Сколько денег приносят выставки государству Российскому?

Методика определения бюджетной эффективности выставок



Андрей ЖУКОВСКИЙ
генеральный директор компании «Русском Ай-Ти Системс», председатель исследовательского комитета РСВЯ

Каждый год в России проводится огромное количество выставочных мероприятий, проходят конгрессы, тысячи экспонентов выезжают на зарубежные экспозиции.

Некоторые из мероприятий государство поддерживает административно (без выделения денежных средств), некоторые – финансово, выделяя на проведение мероприятий бюджетные средства по линии различных министерств и ведомств.

Формат, объемы финансирования, способ выбора объектов для поддержки, и, наконец, оценка эффективности подобной поддержки – все это неоднократно обсуждалось на множестве совещаний и встреч, и, тем не менее, по-прежнему, вызывает множество вопросов в профессиональной среде.

Стоит ли поддерживать те или иные выставки и конгрессы государственным структурам? А если поддерживать – то какие и как? Что реально дает то или иное мероприятие отрасли, городу, региону и стране, какова его реальная эффективность? Помимо политических выигршей, есть ли иные (экономические, научные и т.д.) положительные результаты участия российских участников в экспозициях, проводимых за рубежом? Можно ли их достоверно спрогнозировать? Как их реально измерить после завершения мероприятия?

Отдельная тема для обсуждения – целесообразность строительства конгрессно-выставочных центров. Каков размер

эффективных государственных инвестиций, нацеленных на развитие конгрессно-выставочной инфраструктуры в нашей стране?

Что получит государство в результате использования этих средств и когда?

Все названные вопросы давно встают перед российской выставочно – конгрессной индустрией в полном объеме.

Для ответа на них в 2011 году сразу две ведущие профессиональные структуры, работающие на выставочном рынке, – Российский Союз выставок и ярмарок (РСВЯ) и Комитет ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров, поставили задачу создать методику определения ключевых показателей эффективности выставок.

За решение данной задачи взялась компания «РусКом Ай-Ти Системс», используя при ее решении свой многолетний опыт по выполнению технического (статистического) аудита выставок, в т.ч. аудита их баерских возможностей и баерского потенциала, выполняемого по правилам и под контролем международных и российских выставочных институтов (UFI, FKM, РСВЯ).

В настоящее время выполнен первый этап исследований, результаты которого уже могут разрешить значительную часть поставленных вопросов.

Компания изучила иностранный опыт и привлекла группу профессиональных ученых-экономистов. Результатом работы стала разработка следующих документов:

- методика определения ключевых показателей бюджетной эффективности выставочно-конгрессного мероприятия (ВКМ);

- методика определения ключевых показателей бюджетной эффективности создания конгрессно-выставочного центра;

- методика определения бюджетной эффективности зарубежной экспозиции, организованной при государственной поддержке.

Мы уверены, что грамотное использование данных методик окажет чрезвычайно благотворное влияние на развитие выставочно-конгрессной деятельности в нашей стране.

С одной стороны, это окажет непосредственную помощь российским товаропроизводителям, сделает гораздо более эффективными их маркетинговые усилия, связанные с развитием, продвижением и сбытом своих товаров и услуг.

С другой стороны, выполненная работа позволит количественно измерить экономические (бюджетные) выгоды, получаемые российским государством при проведении выставок и конгрессов, организации зарубежных экспозиций или в вопросах строительства выставочно-конгрессных центров. В итоге, государственная политика России в области проведения выставок и конгрессов может стать гораздо более профессиональной и эффективной.

Методологической основой для выполнения работы явились следующие положения:

Известно, что экономические выгоды от выставочно-конгрессной деятельности (ВКД) государство получает опосредованно, через выгоды всех иных субъектов, вовлеченных в этот вид деятельности.

Таким образом, экономическую выгоду государства от конкретного выставочно-конгрессного мероприятия (ВКМ) можно оценить следующим образом:

1. Определить в количественном (денежном) выражении все выгоды, полученные всеми субъектами данного ВКМ от его проведения (посетителями, экспонентами, сервис-провайдерами, организаторами выставки, транспортными организациями, собственниками гостиниц и т.д.).

2. Определить в количественном (денежном) выражении размер налоговых поступлений в пользу государства с каждого субъекта ВКМ (см. выше), произведенных, в соответствии с действующим налоговым законодательством, в тех или иных регионах.

При этом к экономической группе выгоды методика относит следующие виды повышения налоговых сборов:

- «быстрое» повышение сборов налогов (уплата налогов с сумм, потраченных или полученных субъектами ВКД в процессе подготовки и проведения ВКМ, таких как транспортные расходы, расходы на проживание, питание, непосредственное участие в мероприятии, его проведение и т.д.);

- «отложенное» повышение сборов «прямых» налогов (выплаченных по итогам выполнения контрактов, заключенных после окончания выставки);

- «отложенное» повышение сборов «длинных» налогов (например, полученных через длительные интервалы времени по итогам выполнения контрактов, связанных с модернизацией основных средств).

В последнюю категорию входят экономические выгоды государства, полученные им в результате возросшего налогообложения субъектов ВКД через длительные промежутки времени, например: налоги с вновь создаваемых производственных мощностей (как правило, на выставках демонстрируются самые передовые технологии), с возросшей в связи с этим заработной платы сотрудников предприятий-участников ВКД, с появившихся новых предприятий/бизнесов у «старых» предприятий и т.д.

2. Методологические посылки, связанные с определением эффективности строительства (функционирования) конгрессно-выставочных центров выглядят следующим образом:

Функциональным назначением этих центров является проведение выставок и конгрессов. Следовательно, экономическая эффективность (ЭЭ) ВКЦ будет складываться из ЭЭ проведенных в нем за данный интервал времени ВКМ.

Так, в случае, если после строительства центра в нем не будут проводиться ни одного ВКМ, то его экономическая эффективность, как ВКЦ, предназначенного для проведения ВКМ, будет равняться нулю. Если же в нем удастся провести, скажем, 30 мероприятий мирового уровня, то его эффективность будет чрезвычайно высока.

Таким образом, для подсчета ЭЭ строительства ВКЦ необходимо оценить ЭЭ мероприятий, которые будут в нем проведены (или уже проведены), сложить их и определить, в итоге, уровень ЭЭ ВКЦ.

При разработке методики определения ключевых показателей бюджетной эффективности зарубежной экспозиции мы исходили из следующего.

Методика данного подсчета по своей сути, очень похожа на методику определения бюджетной эффективности российской выставки и, с учетом выполненных изменений, может быть использована по своему назначению в полной мере.

Однако методика учитывает все необходимые отличия, связанные с использованием экспортно-импортного и валютного законодательства, которое применяется в случае работы с иностранными партнерами.

Необходимо подчеркнуть, что целью проделанной работы, прежде всего, являлось получение практического инструмента, пригодного для реальной работы организаций, вовлеченных в выставочно-конгрессную деятельность, в их диалоге с властью. Практичность инструмента подразумевает, прежде всего, относительно невысокие трудозатраты, связанные с выполнением указанных исследований в подавляющем большинстве случаев.

В настоящий момент наша компания готова оказать услуги по расчету бюджетной эффективности любого ВКМ или строительства ВКЦ.

Конечно, мы будем чрезвычайно рады, если полученные нами результаты окажутся востребованными всеми игроками конгрессно-выставочного рынка России.

Пример результатов расчета показателей бюджетной эффективности выставки

В качестве примера приводятся исходные данные и результаты расчета бюджетной эффективности выставки формата b2b по теме «Товары для детей» (статистические параметры мероприятия приведены в таблице 1):

Экспоненты были представлены компаниями двух видов экономической деятельности – производителем и оптовиками в соотношении 45 на 55%.

Из них: доля компаний-производителей, получивших денежные поступления по итогам проведения выставки по ее теме, зарегистрированных в том регионе, в котором проводилась выставка, составила 42%, а доля компаний-оптовиков, получивших денежные поступления по итогам проведения выставки по ее теме, зарегистрированных в том регионе, в котором проводилась выставка, составила 58%.

Для получения данных о величине потраченных сумм за сервисные услуги, связанные с подготовкой и проведением выставки (транспорт, связь, гостиницы, питание и пр.), а также – о величине заключенных контрактов, использовался метод глубинного структурированного интервью.

Для получения данных о величине поступивших налоговых платежей в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности, использовались данные ФНС РФ.

В результате исследований получены следующие значения:

Оценка суммы контрактов на закупку товаров и услуг, заключенных по итогам выставки в течение трех месяцев после ее проведения, с доверительной вероятностью 80% находится в доверительном интервале от 631 220 000 руб. до 749 713 000 руб. (среднее округленное значение – 690 000 000 руб.)

Бюджетная эффективность (БЭ) выставки для региона, в котором она проводилась, с доверительной вероятностью 80% находится в доверительном интервале от 33 748 000 рублей до 42 568 500 рублей.

При этом данный интегральный показатель состоит из бюджетных поступлений, которые были сделаны всеми бюджетными агентами данного региона во все виды бюджетов (приведены усредненные значения).

В результате проведения выставки поступило:

- 13 040 000 руб. в федеральный бюджет;
- 18 200 000 руб. в региональный бюджет;
- 7 110 000 руб. в местный бюджет.

Сумма налоговых поступлений, которые получил бюджет Российской Федерации от участников выставки из других регионов, с доверительной вероятностью 80% находится в доверительном интервале от 59 015 500 руб. до 77 067 300 руб.

Общие бюджетные поступления от данной выставки для бюджетов всех уровней, которые сформировались к уплате в течение трех месяцев после окончания выставки, с доверительной вероятностью 80%, находятся в доверительном интервале от 94 864 000 до 122 892 000 рублей.

Обращаем внимание, что каждый из показателей бюджетной эффективности по уровням бюджета был рассчитан, исходя из фактической доли распределений и фактических налоговых поступлений по различным видам экономической деятельности от всех участников, вовлеченных в процесс выставочно-конгрессного мероприятия, на соответствующие счета государственных органов.

Таблица 1. Характеристики выставки для расчета бюджетной эффективности

Общее количество экспонентов	144 компаний
Количество приезжих национальных экспонентов	50 компаний
Количество приезжих иностранных экспонентов -	22 компаний
Общее количество посетителей	5 630 человек
Общее количество уникальных компаний, которые прислали посетителей на выставку	3 466 компаний
Количество приезжих иностранных посетителей -	450 человек
Количество приезжих иногородних посетителей	1520 человек
Общая площадь выставки нетто	2539 кв. м
Среднее количество человек от каждого экспонента	5
Среднее время пребывания приезжего экспонента	6 дней (5 ночей)
Среднее время пребывания приезжего посетителя	3 дня (2 ночи в гостинице)