

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВД И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Социально-экономические характеристики, определяющие роль и место ВД в экономике:

- выставочная деятельность выступает как сегмент национального рынка и одна из отраслей экономики, посредством которой реализуется значительная часть продукции страны;
- организация и реализация выставочной деятельности представляет особый сектор экономики с собственной сетью предприятий, организаций, объединений, соответствующего правового регулирования и управления на различных уровнях;
- выставочная деятельность - это реальный фактор углубления интеграционных процессов, формирования единого экономического и информационного пространства, содействия установлению связей между товаропроизводителями и потребителями, развития предпринимательства;
- выставочная деятельность выступает как место аккумуляции инновационных и инвестиционных проектов и средств для их реализации;

Социально-экономические характеристики, определяющие роль и место ВД в экономике:

- выставочная деятельность выступает как фактор координации предпринимательской деятельности, направленной на реальный и потенциальный рынок, что служит, в конечном счете, с одной стороны -последовательному удовлетворению запросов клиентов, а с другой стороны — активному влиянию предпринимателей на рынок сбыта;
- выставочная деятельность - это маркетинг, реклама товаров и деловые контакты специалистов, позволяющие участникам продемонстрировать свои товары и услуги, изучить рынки сбыта, повысить конкурентоспособность своих товаров и услуг, активизировать деловое сотрудничество, провести рекламные акции, а также заключить договоры купли-продажи;
- выставочная деятельность позволяет стране, региону и городу, проводящим выставочные мероприятия извлекать социально-экономическую выгоду как на макроуровне (например, международная торговля), так и на микроуровне (например, деятельность местных предпринимателей).

Некоторые функции выставки

- Выставка является концентрированным зеркальным отображением соответствующего рынка.
- Выставка воспринимается как эмоциональное событие, воздействующее на все органы чувств человека.
- Выставка обеспечивает и увеличивает обозримость рынка.
- Выставка позволяет прояснить ситуацию на рынке.
- Выставка открывает доступ к новым рынкам.
- Выставка позволяет установить прямую зависимость между ценой и качеством.

Москва

- В 2005 г. отчетная бюджетная эффективность работы основных выставочных комплексов Москвы составляла 79 млн. долларов.
- Косвенная — 280 млн. долларов, в т.ч. поступления в бюджет города — 155 млн. долларов.
- Полная бюджетная эффективность составила примерно 370 млн. долларов или около 8 % городского бюджета.
- Эти показатели к 2006 году выросли до 157 млн. долларов (отчетная бюджетная эффективность для московского бюджета). К 2009 году цифры должны были увеличиться еще примерно в полтора-два раза, но этому помешал экономический кризис.

Санкт-Петербург

- Он располагает 45 тыс. кв. м. закрытых выставочных площадей против примерно 180 тысяч в Москве.
- Отчисления в бюджет и различные фонды составили около 9 млн. долл.
- Косвенная бюджетная эффективность порядка 63 млн. долл.
- Полная бюджетная эффективность 145 млн. долл.

Виды бюджетной эффективности

- **Отчетная или фактическая бюджетная эффективность** - налоги и платежи во внебюджетные фонды федерального и местного уровня в соответствии с бухгалтерской отчетностью.
- **Косвенная бюджетная эффективность** учитывает поступления в бюджет и внебюджетные фонды всех уровней платежей, связанных с расходами экспонентов на услуги городской инфраструктуры: гостиницы, питание, досуг, транспорт и т.д.
- **Полная бюджетная эффективность** определяется с учетом роста поступлений в бюджет, индуцированного увеличением роста продаж продуктов фирм-экспонентов и соответствующего роста производства.

- Стоимость аренды 1 кв. м. варьируется от 200-250 долларов (Москва) до 50 долларов (Белгород). В Санкт - Петербурге она составляет половину московской, а в регионах еще в 1,5-2 раза меньше. Предполагая, что интенсивность выставок также спадает в регионах, можно оценить финансовые потоки, порождаемые выставочной деятельностью в регионах, как примерно 8-10 % от московских. Соответственно уменьшаются и поступления в бюджеты.
- Итого, полная бюджетная эффективность выставочно-ярмарочной деятельности в России может быть оценена величиной в более, чем 830 млн. долларов в год, т.е. около 3 % от всего государственного бюджета.