ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫСТАВКИ.

- **Оценка бюджетной эффективности** была сделана в 2018 году по поручению Общего собрания РСВЯ и Комитета по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей ТПП РФ компанией «РуссКом Ай-Ти Системс» и была разработана Методика расчета бюджетной эффективности выставочного мероприятия.
- В качестве основы для разработки Методики был использован многолетний опыт компании по выполнению технического (статистического) аудита выставок и аудита баерских возможностей посетителей выставки, выполняемых по правилам и под контролем международных и российских выставочных институтов (UFI, FKM, РСВЯ).

Оценка бюджетной эффективности.

- Согласно Методике, при расчете предполагаемой величины налоговых поступлений учитываются:

● суммы, потраченные или полученные субъектами выставочного мероприятия в процессе его подготовки и проведения, такие как: транспортные расходы, расходы на проживание, питание, непосредственное участие в выставке и т.д.;

● суммы, потраченные или полученные по итогам выполнения контрактов, заключенных после окончания выставки.

Оценка бюджетной эффективности.

- Метод получения данных для расчета бюджетной эффективности выставки - индивидуальные экспертные интервью представителей руководящего звена компаний экспонентов и посетителей, а также данные ФНС РФ.

Оценка бюджетной эффективности.

Размер выборки респондентов определяется по нормам статистки:

Количество посетителей	Количество респондентов
до 3000 чел.	не менее 8% от количества посетителей
от 3000 до 5000 чел.	не менее 250 чел.
от 5000 до 10000 чел.	не менее 5% от количества посетителей
от 10000 до 25000 чел.	не менее 500 чел.
от 25000 до 50000 чел.	не менее 2% от количества посетителей
свыше 50000 чел.	не менее 1000 чел.

Оценка бюджетной эффективности.

Статистические параметры выставки «Товары для детей», формат b2b:

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 человек
Среднее время пребывания приезжего экспонента	6 дней (5 ночей)
Среднее время пребывания приезжего	3 дня (2 ночи в гостинице)

В результате исследований получены следующие значения:

- Оценка суммы контрактов на закупку товаров и услуг, заключенных по ее итогам в течение 3-х месяцев после проведения выставки, 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 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.
- Данный интегральный показатель состоит из бюджетных поступлений, которые были сделаны всеми бюджетными агентами данного региона во все виды бюджетов (приведены усредненные значения):

В результате исследований получены следующие значения:

В результате проведения выставки поступило в бюджеты:

- В федеральный - 13 040 000 руб.
- В региональный - 18 200 000 руб.
- В местный - 7 110 000 руб.

- Сумма налоговых поступлений, которые получил бюджет РФ от участников выставки из других регионов, с доверительной вероятностью 80% находится в доверительном интервале от 59 015 500 рублей до 77 067 300 рублей.
- 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%, находится в доверительном интервале от 94 864 000 до 122 892 000 рублей.

Основные этапы развития ВД

- Первый этап - ярмарки в местах пересечения торговых путей.
- Второй этап - конец XVIII в. - первая общенациональная промышленная выставка.
- Третий этап - середина XIX в. - появление всемирных выставок.
- Четвертый этап - после окончания Первой мировой войны.
- Пятый этап - послевоенное выставочное строительство как ответ на усиление международного экономического сотрудничества.
- Шестой этап - с начала 90-х годов прошлого века.

Всемирные выставки

- Первая всемирная выставка была организована в Лондоне в середине прошлого века. Она называлась "Великая выставка изделий промышленности всех наций 1851 года" и прошла в грандиозном "Хрустальном дворце". В ней участвовали 17 тысяч экспонентов из 40 государств, в том числе и из России.
- В 1853 г. состоялась всемирная выставка в Нью-Йорке; в ней приняли участие 23 страны.
- В 1855 г. всемирную выставку организовала Франция. В Парижской выставке приняли участие 34 государства. На ней публика впервые смогла увидеть цемент инженера Вика, алюминиевые пластинки Сен-Клера-Девилля и прорезиненную ткань американца Гудийра.

Всемирные выставки

- Всемирная Парижская выставка 1867 г. положила начало новой тенденции: экспозиции стран-участниц стали размещать в специально построенных ими национальных павильонах.
- Лондонская "великая" выставка 1871-1874 гг. строилась по совершенно новому принципу. Она была рассчитана на пятилетний период, экспонаты классифицировались не по странам их происхождения, а по отраслям, и каждый год экспозиция полностью обновлялась.

Всемирные выставки

- Новой крупной вехой в развитии выставочного дела стала Парижская всемирная выставка 1878 г. Эпоха пара в промышленности сменялась эпохой электричества. Экспонаты, представленные на выставке, убедительно свидетельствовали о возможностях, которые таил в себе открытый человеком новый вид энергии: свечи Яблочкова, телефонный аппарат Грэхема Белла, фонограф Эдисона.
- Выставка 1889 г. вписала новую яркую страницу в историю всемирных выставок: она оставила миру Эйфелеву башню.

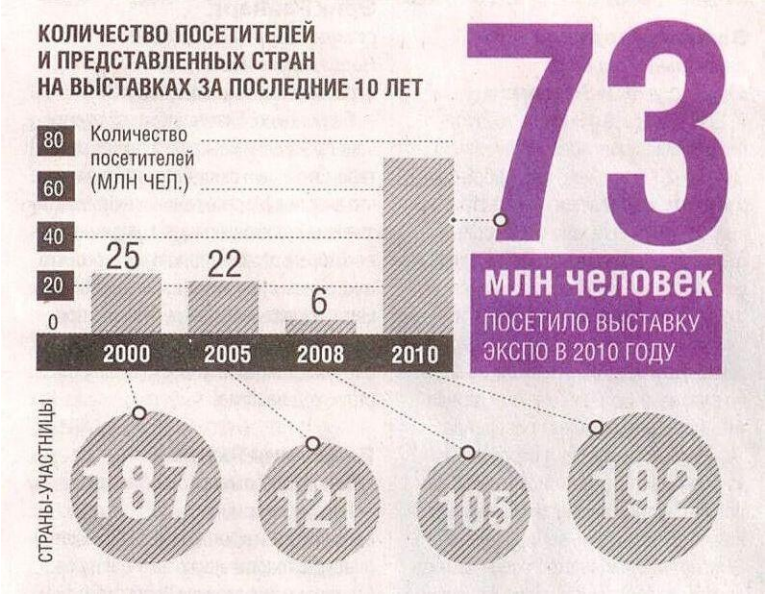
Их создали для ЭКСПО:

- **Здание Всемирной выставки** (Мельбурн, 1880).
- **Памятник Христофору Колумбу** (Барселона, 1888).
- **Эйфелева башня** (Париж, 1889).
- **Большой дворец на Елисейских полях** (Париж, 1900).
- **Музей искусств Сент-Луиса** (Сент-Луис, 1904).
- **Аквариум** (Милан, 1915).
- **Дворец изящных искусств** (Сан-Франциско, 1915).
- **Павильон Германии на Всемирной выставке** (Барселона, 1929).
- **Картина Пабло Пикассо «Герника»** (Париж, 1937, сейчас находится в Музее королевы Софии в Мадриде).
- **Скульптура «Рабочий и колхозница»** (Париж, 1937, сейчас находится в Москве).
- **Атомиум** (Брюссель, 1958).
- **Павильон СССР** (Монреаль, 1967, сейчас находится на ВВЦ в Москве).

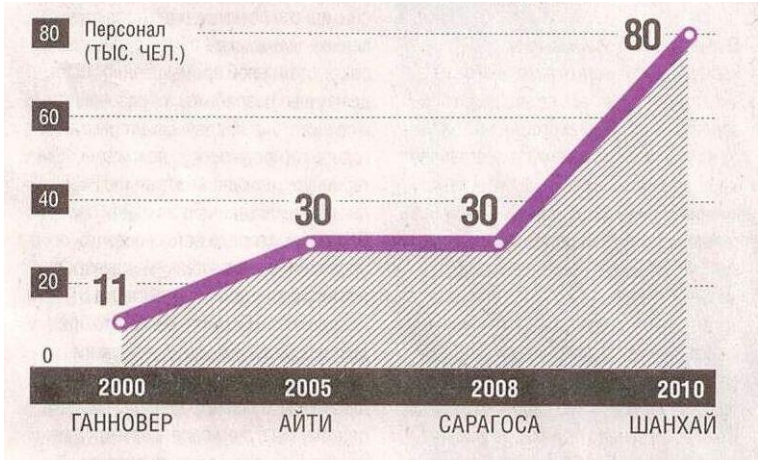
Всемирные выставки:

- " Искусство и техника в современной жизни", Париж. 1937 г.
- "Человек и прогресс". Брюссель. 1958 г.
- "Человек - исследователь". Монреаль, 1967 г. "ЭКСПО-67"
- "Прогресс и гармония для человека". Осака. 1970 г.
- "Океан и его будущее". Окинава,1975
- "Сотрудничество через транспорт". Ванкувер,1986 г.
- "Досуг в век техники". Брисбен. 1988 г.
- "Итоги цивилизации за 500 лет." Севилья. 1992 г.
- "Выбор нового пути развития". Тэджон. 1993 г.
- "Океан. Наследство для будущего". Лиссабон. 1998 г.
- "ЭКСПО-2000". "Человек-Природа-Техника". Ганновер. 2000 г.
- "ЭКСПО-2005". "Уроки истории". Нагоя. 2005 г.
- "ЭКСПО-2008". – Сарагоса
- «ЭКСПО – 2010» - Шанхай
- «Экспо-2012» – Йосу
- «Экспо-2015» – Милан
- «Экспо-2017» – Астана
- «Экспо-2020» – Дубай (Россия выдвигала кандидатуру Екатеринбурга для проведения выставки ЭКСПО в 2020г.)

Количество посетителей и представленных стран на выставках за 2000 – 2010 гг.



Численность персонала выставок.



528
ГА
25
ГА
2010 г.
ШАНХАЙ
г.
ГОСА

Расходы и доходы выставок.

«Экспо-2020», Дубай

Первая «Экспо» на Ближнем Востоке пройдет с октября 2020-го года по апрель 2021-го.

История выставок в России началась ровно 175 лет назад в Санкт-Петербурге в мае 1829 года. Именно там прошла «Первая публичная выставка Российских мануфактурных изделий».

«Тариф» устанавливал следующий порядок:

1. Материалы, машины и инструменты, нужные для российских фабрик, ввозились в страну беспошлинно или с самой малой пошлиной.
2. Российские изделия, производство которых нуждалось *«в ограждении от иностранного совместничества»,* защищались высокой ввозной пошлиной на аналогичные иностранные товары.
3. Мануфактурные изделия, которые в России вырабатывались в достаточном количестве и хорошего качества, ввозить из-за границы запрещалось.
4. Высокой пошлиною облагались все, без исключения, предметы роскоши.
5. Устанавливался особый благоприятный порядок отпуска (экспорта) отечественной продукции.

В первой русской выставке приняли участие 326 фабрикантов, ремесленников, купцов, мастеров и художников – людей практически всех званий и сословий из 33 губерний Российской Империи, представивших 4041 экспонат. Общая ценность вещей составила около двух миллионов рублей.

«Лицо компании» -

максимально наглядный символ фирмы: сооружение в виде продукции или средства производства.

1. Самое простое решение – **производственное здание**. Мукомолы любили строить мельницы. Так поступили хозяева Одесской мукомольной фабрики (Одесса-1910) и Торгового дома А.Волкенштейна, чья мельница крутилась, давая муку все четыре месяца работы выставки (Киев-1882).

2. Другое направление – **«павильон-форма»**.
Киевский пивной завод выстроил здание в виде гигантской пивной бутылки, производители чая – огромный «Царь-самовар» (Киев-1913).

3. **Здание из изделий завода**.
- *из пивных бочек* – Одесские пивоваренные заводы представили «Пивную Башню»: любой желающий мог подняться на ее вершину, дабы на каждой ступени дегустировать новый сорт пива (Одесса-1910);
- *из проволоки и гвоздей* – витая беседка Рижской фабрики Вейс (Москва-1882);
- *из каменного угля* – компания «Любвин и Ко» (Москва-1882);
- *из стеклянных бутылок, стаканов, банок, цветных стекол и рюмок* – «Донецкие стекольные и химические заводы» (Киев-1913).
4. **Традиционная экспозиция в отдельном здании**.
После 1872 года самым обычным явлением стали павильоны с действующим производством внутри. На каждой промышленной выставке что-то штамповали, печатали, ткали, резали, мастерили и отливали.

Выставочное дело в нашей стране в 1990-2000 гг. переживало заметный подъем.

Это выражалось, в частности:

- в росте числа выставочных мероприятий;
- в строительстве новых выставочных центров;
- в расширении традиционных выставочных центров;
- в росте числа изданий по выставочной тематике;
- в существенном увеличении выставочной рекламы;
- в стремительном увеличении числа фирм, работающих в выставочном бизнесе (как непосредственно организаторов выставок, так и действующих в сфере выставочных услуг);
- в постепенном налаживании системы повышения квалификации выставочных работников.

Проблемы российской выставочной индустрии.

- отсутствие механизма получения полной и достоверной информации о развитии отрасли;
- нехватка выставочных площадей в регионах и их качество, не соответствующее современным требованиям;
- отсутствует координация ВЯД, когда возникает большое количество выставок одинаковой тематики;
- отсутствие законодательной базы;
- таможенные барьеры, большие проблемы с оформлением въездных и выездных виз;
- «административный рэкет»;
- плохая инфраструктура;
- циничный бизнес;
- борьба за власть;
- до сих пор не названы цифры;
- передел выставочного рынка, перетаскивание выставочных мероприятий - недобросовестная конкуренция.

В 40 наиболее крупных городах Российской Федерации имеется порядка 350 тыс. кв. м. выставочных площадей, из которых около 270 тыс. кв. м. сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге, остальные примерно поровну распределены между европейской и азиатской частями страны.

Как правило, площадь выставочных комплексов в России составляет от 1 до 5 тыс.кв.м. (за исключением Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода, где есть комплексы площадью 10 тыс. кв. м. и более).

Для сравнения же, средний размер аналогичных комплексов за рубежом составляет не менее 100 тыс. кв. м. В Париже общая выставочная площадь в павильонах составляет 550 тыс.кв.м., в Ганновере – 480 тыс.кв.м., во Франкфурте общая площадь выставочного комплекса – 400 тыс.кв.м., в Милане – 270 тыс.кв.м.

РСВЯ

Исследование «Итоги работы выставочных компаний за 2016 год».

В исследовании приняли участие 38 организаций, на чью долю приходится 80% общей площади-нетто и 85% годового оборота организаторов выставок –

членов РСВЯ.

РСВЯ - итоги

- Представители 61% компаний отметили увеличение выручки от выставочной деятельности в 2010 году по сравнению с 2009 годом. При этом о приросте более чем на 20% сообщили 18% респондентов, у 28% этот показатель снизился, а у 13% – изменился.
- 59% опрошенных сообщили, что не вышли на докризисный уровень, а 41% вернулись к показателям 2008 года.
- Ответы на вопрос о прогнозируемом изменении доходов от выставочной деятельности в 2011 году показали достаточно высокий «уровень оптимизма»: 42% респондентов ожидали роста выручки от 10% до 20%, а 8% – более чем на 20%.
- Основной тенденцией ценовой политики 2010 года стало, как и в 2009 году, предоставление скидок (54% опрошенных), а также увеличение цены аренды выставочной площади (51%) и расширение экономичных форм участия (41%).

РСВЯ - итоги

- Представители 61% компаний отметили увеличение выручки от выставочной деятельности в 2010 году по сравнению с 2009 годом. При этом о приросте более чем на 20% сообщили 18% респондентов, у 28% этот показатель снизился, а у 13% – изменился.
- 59% опрошенных сообщили, что не вышли на докризисный уровень, а 41% вернулись к показателям 2008 года.
- Ответы на вопрос о прогнозируемом изменении доходов от выставочной деятельности в 2011 году показали достаточно высокий «уровень оптимизма»: 42% респондентов ожидали роста выручки от 10% до 20%, а 8% – более чем на 20%.
- Основной тенденцией ценовой политики 2010 года стало, как и в 2009 году, предоставление скидок (54% опрошенных), а также увеличение цены аренды выставочной площади (51%) и расширение экономичных форм участия (41%).

РСВЯ - итоги

- Что касается «портфеля» выставочных мероприятий, 56% респондентов сообщили о запуске новых проектов, 26% – об отмене выставок. Об отсутствии изменений заявил 31% опрошенных.
- В плане организации выставок в 2010 году усилия большинства компаний были сконцентрированы на расширении и повышении качества деловой и сопутствующей программы (82% опрошенных).
- О работе над специальными программами для посетителей-специалистов сообщили 56% респондентов, для экспонентов – 44%; дополнительные услуги ввели 38% компаний.

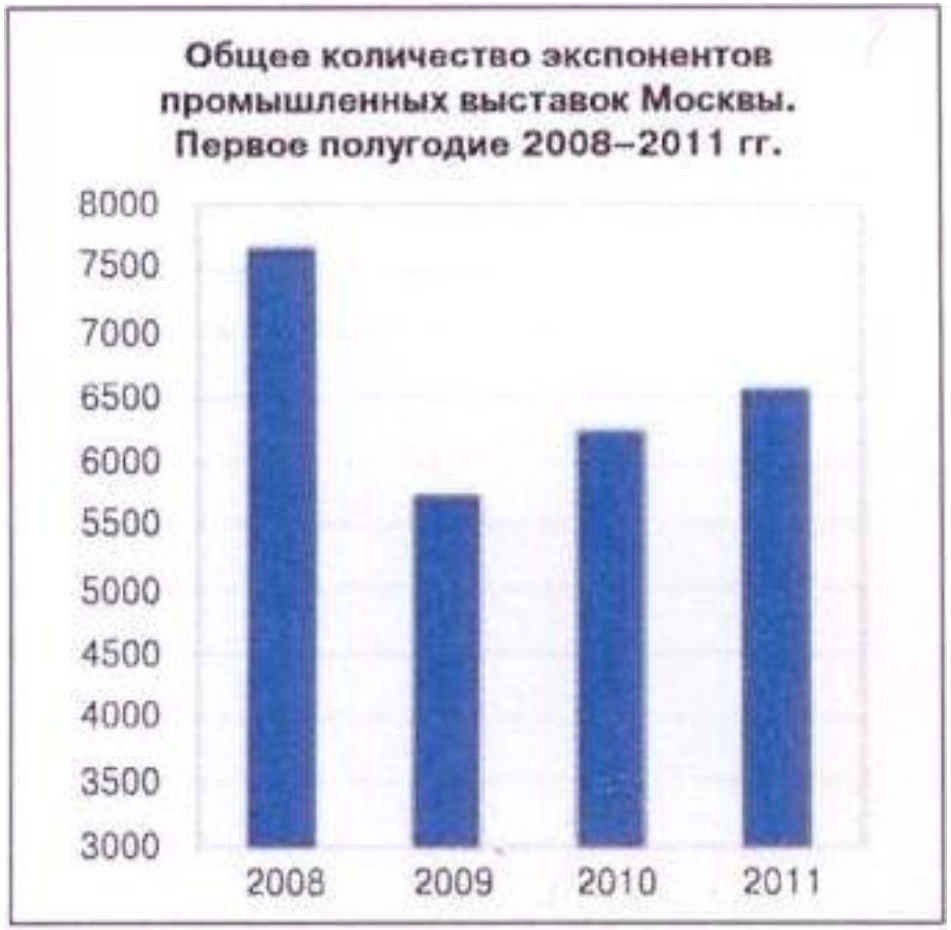
РСВЯ

Таким образом, на основании данных системы сбора статистики РСВЯ и настоящего опроса можно сделать вывод, что 2010 год стал «годом разворота», перехода от падения рынка, вызванного воздействием кризиса, к росту.

«Перелом» произошел во втором квартале 2010 года, в котором был отмечен рост выставочных площадей и количества экспонентов.

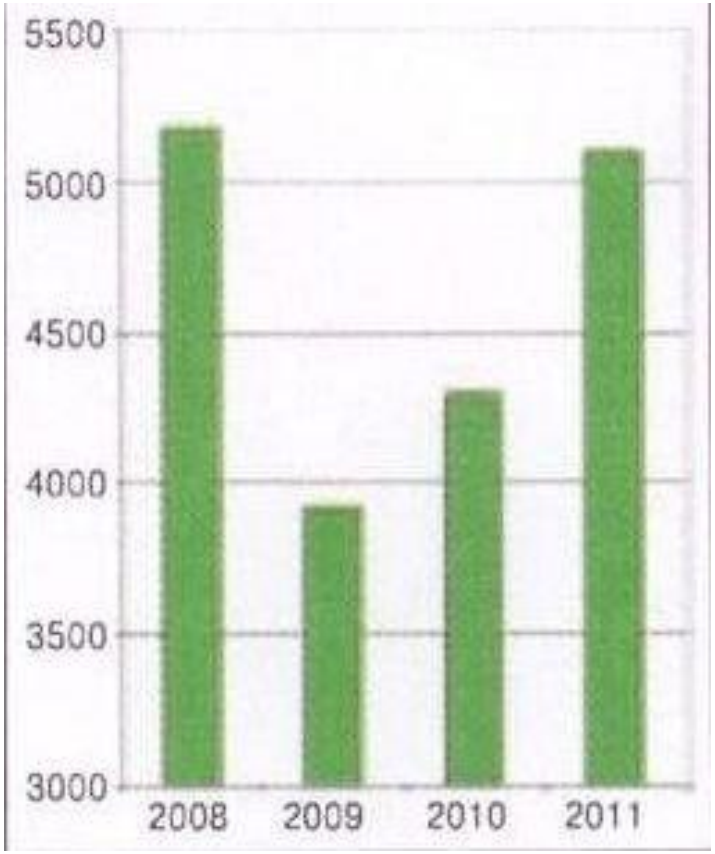
По итогам 2010 года положительная динамика по площади нетто достигла 20%, по количеству экспонентов – 7,7%. При этом об увеличении выручки от выставочной деятельности заявили 61% участников опроса. Однако рекордных показателей 2008 года российскому выставочному рынку достичь не удалось, он приблизился к уровню 2006 года.

Выставки Москвы: цифры и факты.
Итого первого полугодия 2008-2011 гг.

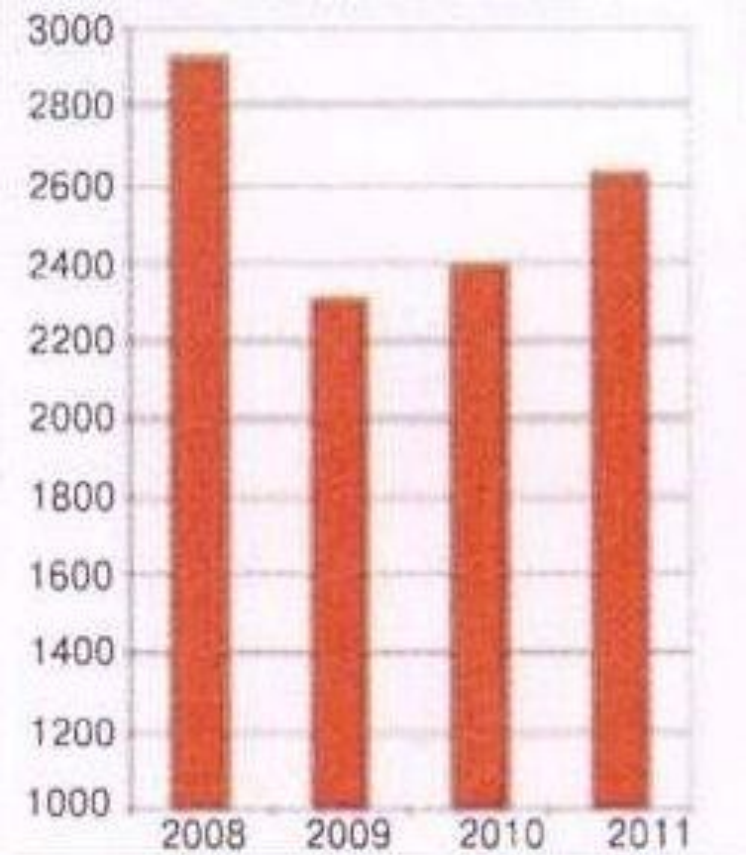


Общее количество экспонентов выставок текстильной и легкой промышленности Москвы.

Первое полугодие 2008-2011 гг.



Общее количество экспонентов выставок пищевой индустрии, торговли и общепита.
Первое полугодие 2008-2011 гг.



Статистика российской выставочной индустрии

2012 г. - Российский рынок выставочных услуг в 2012 г. по подсчетам AMR International составил примерно $900 млн. С этим показателем Россия занимает седьмое место в мире, лидируют США, Германия, Китай. В эту сумму входит только доход от организации выставок – без учета конференций; по результатам 2012 г. мировой рынок экспоиндустрии достиг $27,6 млрд.

2015г. – В России состоялись 1 502 выставки. По данным аналитиков Protoplan, в них поучаствовали 179 546 экспонентов и более 12,9 миллиона посетителей. Общая площадь нетто составила более 4,4 млн м². В аккредитованных РСВЯ 842 выставках площадью нетто более 1,8 млн м² приняли участие 99 835 экспонентов и 7,4 миллиона посетителей.

2016г. - Выставок в России стало больше, а вот экспонентов и посетителей — меньше: 1528 выставок в РФ, 4 303 430 кв.м – площадь нетто, 178 188 экспонентов ,12 763 313 посетителей.

2018г. - Оборот российского выставочного рынка сейчас составляет примерно $800 млн в год. Это является хорошим показателем и соответствует седьмому месту в мире после США, Германии, Франции, Великобритании, Китая и Италии. Ежегодно в нашей стране проводится порядка 950 выставок в формате B2B общей площадью около 2 млн кв. м. В них принимает участие около 100 тыс. экспонентов более чем из 100 стран мира. Количество посетителей колеблется в диапазоне 7,5-8 млн человек.