Горлина Полина Владимировна. Финансовое планирование в выставочном бизнесе : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 : Санкт-Петербург, 2004 158 c. РГБ ОД, 61:04-8/3951

**Содержание к диссертации**

Введение

Глава 1. ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОГО БИЗНЕСА 10

1.1. Анализ развития выставочного бизнеса в России и его финансовые проблемы на современном этапе 10

1.2. Зарубежный опыт финансирования выставочного бизнеса 27

1.3. Анализ исследований по проблемам финансового планирования в выставочном бизнесе 40

Глава 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ВЫСТАВОЧНОМ БИЗНЕСЕ 49

2.1. Особенности финансового планирования в выставочном бизнесе 49

2.2. Методические рекомендации по организации финансового планирования субъекта выставочного бизнеса 64

2.3. Риски в выставочном бизнесе и методы их учета при планировании прибыли субъекта 85

Глава 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В ВЫСТАВОЧНОМ БИЗНЕСЕ 94

3.1. Финансовый анализ деятельности выставочной организации на примере ЗАО «Выставочное объединение Рестэк » 94

3.2. Основные направления совершенствования финансового планирования в выставочной организации 107

3.3. Рекомендации по повышению эффективности планирования в выставочном бизнесе 115

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 130

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 138

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 150

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 152

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 155

ПРИЛОЖЕНИЕ 4 156

ПРИЛОЖЕНИЕ 5 157

**Введение к работе**

**Актуальность темы исследования.**На современном этапе экономических преобразований в России сфера выставочно-ярмарочнои деятельности, являясь одним из наиболее эффективных механизмов регулирования товарных рынков, превратилась в заметный сегмент национальной экономики с ежегодным оборотом 200-300 млн. долл. США.

В отличие от стран с развитой экономикой Европы и Запада, где сфера торгово-промышленных выставок находится под контролем государства или специально созданных координирующих органов, в России субъекты выставочного бизнеса функционируют как саморегулируемые рыночные структуры. Отсутствие комплексной общегосударственной программы развития выставочно-ярмарочнои деятельности в России приводит к тому, что выставочные организации самостоятельны в выборе количества и тематики выставок, поиске источников финансирования, формировании и распределении финансовых ресурсов.

В настоящее время российский рынок выставочных услуг перенасыщен, что приводит к дублированию и совпадению по срокам выставок схожей тематики, наличию большого числа мелких выставок. В результате снижается эффективность и качество проводимых выставок, дезориентируются потенциальные участники, подрываются позиции сформировавшихся крупных выставок. Являясь прибыльным видом деятельности, сфера выставочного бизнеса продолжает привлекать новых участников, по большей части, ориентированных на получение единовременной прибыли.

В условиях сильной зависимости выставочного бизнеса от влияния внешних факторов: политической и экономической обстановки в государстве, конъюнктуры отраслевых рынков, конкуренции планирование деятельности выставочных организаций отличается высокой степенью риска, что существенно затрудняет работу планово-финансовых служб выставоч-

ных организаций. Для обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности выставочной организации приоритетными задачами финансового менеджмента становятся финансовое планирование денежных поступлений и расходов, планирование денежных потоков, управление финансовыми рисками.

Недостаточная исследованность проблем финансового планирования в выставочном бизнесе на этапе становления выставочной индустрии в России, отсутствие научно-обоснованных и апробированных рекомендаций по их решению в целях преобразования выставочных организаций в динамично развивающиеся, конкурентоспособные организации, интегрированные в мировую выставочную индустрию, предопределили выбор темы, цели, задач и предмета диссертационного исследования.

**Степень изученности проблемы.**Теория и практика финансового планирования в выставочном бизнесе является достаточно новой, и в силу этого, слабо разработанной отраслью научного знания.

Отдельные вопросы, посвященные изучению выставочно-ярмарочной деятельности, рассмотрены в трудах отечественных и зарубежных специалистов Алексеева А.А., Гусева Э.Б., Критсотакиса Я.Г., Кузнецова Ю.В., Никитина Ю.Н., Монтгомери Б., Олвуда Дж., Прокудина В.А., Салащенко А.Г., Сацкой 3., Трофимова С.Н., Филоненко И.А., Фридмана С. Притом, что специалисты занимались многими направлениями, особенности финансового планирования в выставочном бизнесе практически не исследованы.

Проблемам финансового планирования посвящены работы Балабанова И.Т., Лихачевой О.Н., Колласа Б., Поукока М.А., Савчука В.П., Тейлора А.Х., Хана Б. и др. Отдельным аспектам финансового планирования посвящены работы Баранова В.В., Брейли Р., Бригхема Ю., Бургоновой Г.Н., Гапенски Л., Гончарук О.В., Кныша М.И., Колчиной Н.В., Медведева

А.Г., Павловой Л.Н., Попкова В.П., Романовского М.В., Стояновой Е.С., Шеремета А.Д., Шопенко Д.В.

Вместе **с**тем, по нашему мнению, не получили достаточной разработки вопросы, связанные **с**раскрытием сущности и особенностей финансового планирования в выставочном бизнесе, **с**разработкой алгоритма финансового планирования для выставочной организации, с оценкой влияния рисков на процесс финансового планирования, что и определило выбор темы диссертационной работы и ее актуальность.

**Цели и задачи диссертационного исследования.**Целью диссертационного исследования является разработка и научное обоснование методических и практических рекомендаций по совершенствованию системы финансового планирования в выставочном бизнесе.

Для достижения цели исследования были поставлены и решены следующие задачи:

обобщен отечественный опыт развития и выявлены проблемы финансового планирования в выставочном бизнесе в условиях становления рынка выставочных услуг в России;

обобщен зарубежный опыт развития и финансирования выставочного бизнеса;

обоснован методический подход к раскрытию особенностей финансового планирования субъекта выставочного бизнеса на основе организационных и экономических особенностей финансов выставочной организации;

разработаны методические рекомендации по организации финансового планирования в выставочном бизнесе;

разработаны рекомендации по совершенствованию системы финансового планирования в выставочном бизнесе.

**Предметом исследования**в диссертационной работе является совокупность финансово-организационных отношений, опосредующие процесс финансового планирования в выставочном бизнесе.

**Объектом исследования**в диссертационной работе является сфера выставочного бизнеса на этапе становления рынка выставочных услуг.

**Теоретической и методологической основой**диссертационного исследования явились труды отечественных и зарубежных ученых и практиков по теории финансов предприятий, финансового планирования, финансового анализа, финансового менеджмента и рисков, бизнес-планирования. Для решения поставленных задач применялись диалектический метод, методы системного анализа и моделирования. Информационную базу составили нормативно-правовые акты, инструктивные материалы, регламентирующие разные аспекты развития выставочно-ярмарочной деятельности в России, статистические данные, раскрывающие финансово-экономическое состояние выставочных организаций.

**Научная новизна**результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

выявлены особенности финансового планирования выставочных организаций на основе анализа организационных и экономических особенностей финансов в выставочном бизнесе;

разработаны методические положения по построению системы финансового планирования выставочной организации, включающие в себя разработку алгоритма по составлению финансового плана и сметы выставки, обоснование системы ценообразования в выставочном бизнесе, разработку алгоритма финансового планирования в выставочной организации;

выявлены и классифицированы риски выставочных организаций, разработаны методы их учета при планировании прибыли субъекта финансового планирования в выставочном бизнесе;

обоснованы направления совершенствования системы финансового планирования в выставочном бизнесе.

**Практическая значимость результатов**диссертационного исследования заключается в том, что методические рекомендации и выводы могут быть использованы финансовыми службами выставочных организаций при оптимизации форм и методов финансового планирования, при разработке бизнес-планов, при определении путей и методов повышения эффективности управленческой деятельности выставочных организаций.

Развиваемый в работе подход, выводы и предложения, вытекающие из диссертационной работы, были использованы при разработке программы совершенствования системы финансового планирования ЗАО «Выставочное объединение Рестэк».

**Апробация результатов исследования.**Основные выводы, рекомендации и предложения диссертационного исследования были доложены и обсуждены на IV и V межвузовских научно-практических конференциях «Теория и практика финансов и банковского дела на современном этапе» и VI и VII научно-практических конференциях «Менеджмент и экономика в творчестве молодых исследователей» в 2002-2004 гг. в Санкт-Петербургском государственном инженерно-экономическом университете.

**Структура диссертации**включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников.

Во *Введении*обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определены цель и задачи исследования, его предмет и объект, методологическая и информационная база, дана краткая характеристика работы, ее научная и практическая значимость.

В первой главе диссертации - *«Финансовые проблемы развития выставочного бизнеса»*- выявлены тенденции развития и подходы к финансированию выставочного бизнеса в России во временной динамике; выявлены проблемы финансового планирования в выставочном бизнесе **и**их

негативное влияние на деятельность выставочных организаций; проведен анализ зарубежного опыта финансирования выставочного бизнеса; обобщены взгляды ученых и специалистов на проблемы финансового планирования в выставочном бизнесе. /

Во второй главе - *«Методические основы финансового планирования в выставочном бизнесе»*- исследованы и определены особенности финансового планирования выставочной организации на основе организационных и экономических особенностей финансов выставочной организации; даны рекомендации по составлению финансового плана и сметы выставки; разработан алгоритм финансового планирования выставочной организации; выявлены и классифицированы риски в выставочном бизнесе и обоснованы методы их учета при планировании прибыли.

В третьей главе - *«Совершенствование системы финансового планирования в выставочном бизнесе»*- дана характеристика рынка выставочных услуг Санкт-Петербурга, проведен финансовый анализ деятельности ЗАО «Выставочное объединение Рестэк» и предложены направления повышения эффективности ее системы финансового планирования; разработаны и обоснованы рекомендации по совершенствованию системы финансового планирования в выставочном бизнесе.

В *Заключении*изложены основные результаты диссертационного исследования.

*Список литературы*включает в себя 153 наименования.

**Публикации.**Основные результаты диссертации опубликованы в 6 научных работах общим объемом 1,1 п.л.

## Анализ развития выставочного бизнеса в России и его финансовые проблемы на современном этапе

Развитие промышленных выставок в России неразрывно связано с историей промышленности и мануфактурного производства в нашей стране. Хотя начало отечественной промышленности было положено еще при Петре I, долгое время мануфактурное производство развивалось медленно. С введением в 1822 году таможенного тарифа на ввозимые товары, что оградило отечественную промышленность иностранного соперничества, русские мануфактуры стали быстро развиваться и через несколько лет достигли европейского уровня. Тогда, в 1820-х годах и возникла потребность организации в России, по примеру развитых европейских стран, промышленных, или, как они первое время назывались, мануфактурных выставок.

Первая публичная выставка Российских мануфактурных изделий состоялась в 1829 году в Петербурге и явилась одним из крупнейших политических, экономических и культурно-просветительных мероприятий первой трети XIX столетия в России. В 1831 году в Москве состоялась вторая всероссийская мануфактурная выставка, а в 1843 году Министерство государственных имуществ организовало первую опытную сельскохозяйственную выставку в Одессе. После ее успеха в 1845 году последовало повеление проводить выставки в других губерниях. Государство активно участвовало в организации выставок, на проведение которых ассигновало по 1000 рублей серебром из сумм Министерства государственных имуществ.

Указ 1836 года вошел в Полное Собрание Законов Российской империи (№ 9485) и стал первым государственным документом, в котором был юридически закреплен порядок организации и проведения промышленных выставок в России. Уже тогда выставки стали делом государственной важности. В 1848 году было утверждено новое положение о промышленных выставках, которое, содействуя и степени настоящего развития промышленности, и потребности времени, заключало в себе единообразные правила для учреждения выставок, как в столицах Империи, так и в Варшаве.

Коммерческое значение выставки начали приобретать с 1853 года, когда с разрешения Министерства финансов впервые были введены платные входные билеты, прибыль с которых должна была компенсировать правительственные затраты на организацию выставок.

После реформы 1861 года с развитием капитализма количество проводимых выставок резко возросло, особенно в сфере сельского хозяйства. С 1843 по 1887 годы было проведено 588 сельскохозяйственных выставок, из них 27 - в губерниях и областях Азиатской России. Выставки приобрели больший размах и всестороннее значение. Начали развиваться и областные выставки: Туркестанская сельскохозяйственная и кустарно-промышленная выставка (1886 г., Ташкент), Всероссийская сельскохозяйственная выставка (1887 г., Харьков) и другие. Министр финансов М.Х.Рейтерн в докладе Александру II по поводу предстоящей XIII Всероссийской мануфактурной выставки 1865 года в Москве писал, что «выставки обратились по всей Европе из предмета, так сказать, любопытства в серьезное средство по улучшению промышленности». Правительство отказалось от самостоятельного устройства выставок, а передала инициативу в руки местных научных обществ и земств, но продолжало выделять государственные субсидии на организацию выставок.

Крупнейшей выставкой дореволюционной России стала XVI Всероссийская промышленная и художественная выставка 1896 года в Нижнем Новгороде, в которой участвовало 8562 экспонента со всей России. По выставочным показателям она превзошла Всемирную парижскую выставку 1889 года. Выставка работала в течение четырех месяцев и ее посетили более миллиона человек.

В начале XX века Россия переживает выставочный бум, ненадолго прерванный революционными событиями 1905 года. Особое развитие приобретают специализированные и узкоспециализированные промышленные выставки, местом проведения которых стали крупные индустриальные центры - Москва, Санкт-Петербург, Казань, Одесса, Харьков и другие города России.

Август 1914 года прервал выставочную деятельность в России. Однако уже в 1916 году Государственный Совет утвердил положение о порядке устройства выставок и о заведовании ими, проект которого еще в 1912 году одобрен на заседании Думы. В 1917 году планировалось проведение новой всероссийской выставки в Москве. Закон о выставке был принят еще в 1914 году. На проведение выставки Правительство выделило 23 млн. руб. и по размерам она должна была превышать Нижегородскую выставку в два раза.

Все организуемые выставки подразделялись на правительственные (организованные министерствами) и частные (устраиваемые научными обществами, коммерческими или торгово-промышленными учреждениями, земствами, городскими общественными управлениями и частными лицами). Например, всероссийские мануфактурные и промышленно-художественные выставки организовывались правительством. Всероссийские специализированные выставки были организованы как правительственными учреждениями, так и различными научными и коммерческими обществами при покровительстве кого-нибудь из членов царской фамилии. Областные выставки чаще всего устраивались местными научными сообществами с разрешения правительства и субсидировались из государственной казны [37, с.5-19].

## Особенности финансового планирования в выставочном бизнесе

Анализ публикаций по теме диссертации позволил сделать вывод о том, что в современной литературе отсутствуют методики и методические рекомендации по организации финансового планирования применительно к выставочному бизнесу. Необходимость разработки специальных рекомендаций для выставочных организаций обусловлена тем, что отраслевая специфика бизнеса требуют от финансовых служб дифференцированного подхода к организации финансового планирования. Поэтому рассмотрим организационные и экономические особенности финансов выставочной организации.

Как любая система управления, финансовый менеджмент в сфере выставочно-ярмарочной деятельности состоит из управляющей (субъект управления) и управляемой (объект управления) подсистем.

Субъект управления Планово-финансовая служба Бухгалтерия

Объект управления Финансовые ресурсы Источники финансовых ресурсов Финансовые отношения

При наличии нескольких выставок целью эффективного управления денежными потоками выставочной организации является обеспечение непрерывности движения денежных потоков по основной деятельности, наиболее продуктивного использования временно свободных денежных средств при одновременном поддержании текущей платежеспособности.

Получатели средств Статьи расходов

1) Арендодатель выставочных площадей Плата за аренду выставочных площадейОплата электроэнергии, водоснабжения павильонов

2) Фирмы-подрядчики Ввзаиморасчеты за оказанные услуги в соответствии с договорами подряда

3) Внутренняя структура организации Финансирование текущей деятельности Оплата труда персонала Эксплуатационно-хозяйственные расходы Выплата дивидендов акционерам

4) Филиалы, представительства, деления организации Финансирование текущей деятельности Оплата труда персонала

5) Отраслевые ассоциации, союзы, общества Оплата членских взносов Выплата комиссионных вознаграждений за привлечение участников

6) Финансово-кредитная система: бюджет внебюджетные социальные фонды коммерческие банки страховые организации Выплата налогов в бюджет и внебюджетные фонды

Доходы. Доходы от реализации выставочных услуг являются основным, постоянным источником дохода выставочной организации. Бюджетные средства выделяются только на финансирование выставок, определенных в установленном порядке в качестве приоритетных для городов. Иные выставки могут финансироваться только на основании нормативно-правовых актов администраций городов с обязательным определением источника финансирования. Целевое бюджетное финансирование могут осуществляться в формах:

1) средств на оплату товаров, работ и услуг, выполняемых по государственным контрактам (оплата выставочных площадей, обеспечение работы экспозиций города, создание информационных материалов, проведение рекламной кампании и сопутствующих мероприятий по подготовке и участию города в выставках);

2) субсидий юридическим и физическим лицам, осуществляющим выставочную деятельность (только в соответствии с федеральными и региональными целевыми программами, принятыми в установленном порядке).

Спонсорские субсидии в основном распространяются на финансирование отдельных выставок, имеющих большой рекламный потенциал и широкую аудиторию.

Прочие доходы занимают малую долю в структуре доходов организации и носят непостоянный характер.

Расходы. Арендная плата за выставочные площади занимает основное место в структуре расходов. Поэтому одной из основных целей по повышению рентабельности выставок остается приобретение в собственность или строительство собственных выставочных площадей.

Расчеты с подрядными организациями производятся по отдельным выставкам и объемы платежей варьируются в зависимости от масштаба мероприятия, трудоемкости и материалоемкости выполняемых работ.

class3 . **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

**В ВЫСТАВОЧНОМ БИЗНЕСЕ** class3

## Финансовый анализ деятельности выставочной организации на примере ЗАО «Выставочное объединение Рестэк »

Рассмотрим рекомендации по совершенствованию организации финансового планирования на примере рынка выставочных услуг Санкт-Петербурга и конкретные рекомендации приведем для выставочной организации ЗАО «Выставочное объединение Рестэк», которое представляет типичный пример российской выставочной организации.

Санкт-Петербург является крупнейшим выставочным центром Северо-Западного региона Российской Федерации (75% всех проводимых выставочных мероприятий в регионе) и занимает второе место в стране по численности проводимых выставочных мероприятий (после Москвы).

Высокий рейтинг города как центра выставочной активности в России обуславливает целый ряд факторов:

геополитическое положение города как центра Северо-Западного региона России с населением более 15 млн. человек, обладающего значительным промышленным и научным потенциалом;

высокоразвитая многоотраслевая экономика Санкт-Петербурга, определяющая значение города как мощнейшего индустриального центра;

имидж Санкт-Петербурга как крупнейшего культурного, исторического и архитектурного центра, имеющего мировое значение и привлекающего в год около 3 млн. иностранных туристов и около 1 млн. туристов из других регионов России;

географическое положение Санкт-Петербурга, определяющее его статус как уникального транспортного узла, находящегося на пересечении важнейших для страны грузопотоков (наличие крупнейших в стране железнодорожного узла, международных воздушного и морского портов);

наличие в Санкт-Петербурге крупного довольно современного выставочного центра и развитой сети конкурентоспособных выставочных площадок, формирующих материально-техническую базу городской выставочной инфраструктуры.

Выставочный рынок Санкт-Петербурга характеризуется:

широчайшим спектром тематических направлений реализуемых выставочных проектов, что соответствует многоукладности городской экономики;

значительным количеством проводимых выставок, имеющих федеральное и межрегиональное значение;

большим количеством действующих на городском рынке высокопрофессиональных выставочных операторов, обеспечивающих стабильную конкуренцию в сфере выставочной деятельности.

Выставочное Объединение (ВО) «Рестэк» существует с 1990 года. Основными конкурентными преимуществами компании является признанное лидерство ВО "РЕСТЭК" на российском рынке выставочных услуг, солидный опыт проведения конгрессно-выставочных мероприятий в России, СНГ и за рубежом.

ВО «Рестэк» является членом Союза Международных ярмарок (UFI), Международного Союза Выставок и Ярмарок России, стран СНГ и Балтии, членом торгово-промышленных палат Санкт-Петербурга, Российской Федерации, Русско-Британской и Франко-Российской торговых палат, а также членом Ассоциации экономического взаимодействия территорий Северо-Запада Российской Федерации, Ассоциации устроителей туристических выставок, всемирной Федерации индустрии спортивных товаров и ряда других ассоциаций. ВО «Рестэк» организует и проводит выставки в тесном взаимодействии с министерствами и комитетами правительства РФ, региональными администрациями и отраслевыми комитетами, а также с отраслевыми ассоциациями за рубежом.