

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра инноватики на базе
АО «НЕФТЕМАШ» – САПКОН

**Финансовая эффективность выставок в процессе
коммерциализации инноваций в машиностроении**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 441 группы
направления 27.03.05 « Инноватика»
факультета нано- и биомедицинских технологий

Фроловой Елизаветы Витальевны

Научный руководитель

К. ф. – м. н.

должность, уч. степень, уч. звание



дата, подпись

Е.М. Ревзина

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

к.ф-м.н.

должность, уч. степень, уч. звание



дата, подпись

Е.М. Ревзина

инициалы, фамилия

Саратов 2017

ВВЕДЕНИЕ

Многие новые технологии проходят испытание выставками. Ежегодно тысячи предприятий посещают различные демонстрации: всемирные в крупных городах, небольшие специализированные выставки и т.д.

Выставка – сильный инструмент продвижения инноваций с их последующей коммерциализацией. Такие мероприятия довольно актуальны, т.к. позволяют раскрыть суть продукта в полной мере.

Цель настоящей работы определить финансовую эффективность выставок в процессе коммерциализации инноваций в области машиностроения на примере завода АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН.

Для достижения поставленной цели требуется выполнить ряд задач:

- 1) рассмотреть общую информацию о выставках и выставочной деятельности, оценить ситуацию с выставочным бизнесом в России;
- 2) изучить типовые затраты при организации выставочных мероприятий, ценообразование и стоимость услуг выставочных центров;
- 3) провести исследования выставок на основе данных, предоставленных предприятием АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН;
- 4) определить возврат инвестиций завода от выставочных мероприятий;
- 5) проанализировать результаты выставок по технико-экономическим параметрам предприятия;
- 6) подвести итоги финансовой эффективности выставок и в заключение вывести методы ее повышения относительно и организаторов, и участников;
- 7) изучить выставочную деятельность в Саратовской области, выявить проблемы и возможные пути оптимизации выставочных мероприятий;

Данная работа состоит из четырёх разделов:

1. Теоретический обзор выставочной деятельности. В разделе выставки представлены в качестве инструмента продвижения инноваций. Проводится описание выставочной деятельности в целом и краткое

исследование выставок в России, относительно успешно развитых регионов в данном направлении.

2. Исследование выставочной деятельности со стороны организаторов. В разделе представлен процесс ценообразования становлении себестоимости на услуги, предоставляемые организаторами выставок. Раздел содержит типовые затраты выставочного центра на выставочные мероприятия и примеры расчетов себестоимости услуг с учётом некоторых факторов.

3. Практическая работа с предприятием АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН. В данном разделе проводится оценка эффективности с помощью коэффициента возврата инвестиций относительно заданного предприятия. Помимо этого приводится анализ результатов выставки на основе технико-экономических показателей завода. В заключение приводятся методы повышения эффективности выставки со стороны участников и организаторов.

4. Анализ выставочной деятельности в Саратовской области. В данном разделе проводится анализ проблем выставочных мероприятий в регионе, выявлены основные недостатки Саратовской области в выставочной деятельности. В заключение приведены возможные пути оптимизации выставочного бизнеса в Саратове.

Основное содержание работы

В первом разделе работы проводится краткий обзор выставок, приводится их классификация по различным признакам:

- по частоте проведения;
- по масштабу проведения;
- по месту расположения;
- по виду представленных экспозиций;
- по целям предприятия;
- по видам посетителей.

Выставка – мощный инструмент продвижения продукта на рынок. Экспоненты получают уникальную возможность встретиться с коллегами, получить новый опыт, оценить конкурентов. Важный эффект выставок – расширение клиентской базы компании.

Несмотря на различные варианты продвижения инноваций, главной группой должны стать государственные структуры. Роль таких структур заключается в создании благоприятного инновационного и инвестиционного климата, разработке соответствующих законопроектов и их принятии, стимулировании инновационной деятельности.

Важной целью выставки является коммерциализация новых разработок. Коммерциализация приборных изделий предполагает поиск и отбор разработок для финансирования, привлечение инвестиций, внедрение разработок в производство и их дальнейшее сопровождение.

Также в работе рассмотрена выставочная деятельность в России. Проблема Российской выставочной деятельности в том, что организаторам зачастую не хватает профессионализма, что мешает распространению информации о какой-либо конкретной выставке. Это приводит к неадекватной оценке результатов выставки, к неэффективности мероприятия. Большинство экспонентов не догадываются о бесполезности их участия.

Рассмотрены изменения выставочных площадей по регионам страны. В работе представлены только те регионы, которые представляют весомую конкуренцию и имеют ряд успешных мероприятий.

Регионы: выставочная площадь нетто, м²

■ 2015 г. ■ 2016 г.

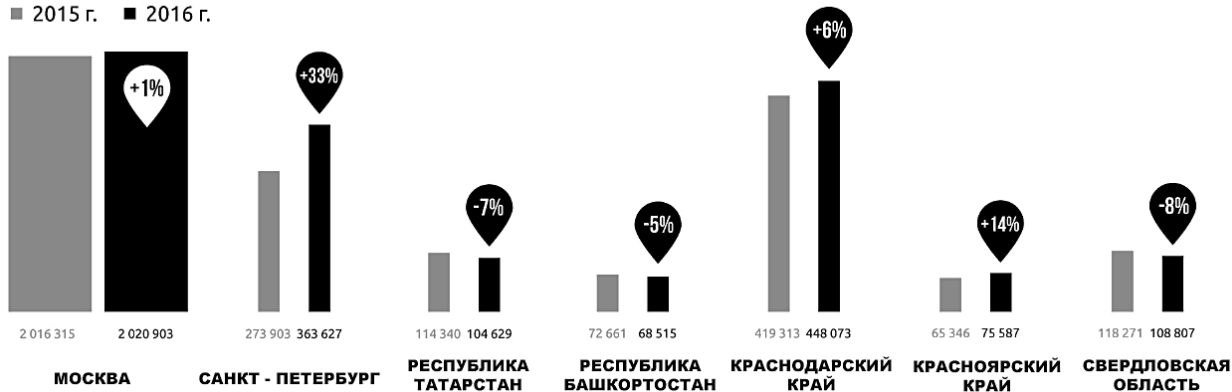


Рисунок 1 – Динамика выставочной площади в регионах за два года

На Рисунке 1 можно проследить изменение выставочных площадей в некоторых регионах России за 2015 и 2016 годы. Исходя из представленных данных, основная масса павильонов приходится на столицу и Санкт-Петербург. Также в 2016 году были уменьшены площади в республиках Татарстан, Башкортостан и Свердловской области.

Во втором разделе работы рассмотрены типовые затраты на подготовку выставки.

В типовые затраты входят:

1. творческая подготовка выставки;
2. техническая подготовка выставки;
3. информационная подготовка выставки;
4. эксплуатация выставки;
5. представительские продукты и сувениры;
6. сопутствующие мероприятия (форумы, конференции);
7. закрытие выставки.

Чтобы определить весь объем затрат, выставочный центр составляет смету затрат. В качестве примера на Рисунке 2 представлена смета «Саратов-Агро. День Поля. 2016».

№ п/п	Что	Кол-во	Сколько
1	Монтаж павильона		
	Транспорт палатка	1	32 000,00р.
	Кран	1	- р.
	Погрузчик	1	40 000,00р.
	Монтаж/дем. пав.	1	40 000,00р.
2	Техника для выставки		
	Дизельгенератор Волгоград 90 кВт	1	- р.
	Дизельгенератор Волгоград 6 кВт	3	36 000,00р.
	Дизтопливо	1	12 000,00р.
	Командировочные		
	Аренда трактора(съезд)	1	
	Щебень для съезда	1	
	Туалет	1	6 000,00р.
	Туалет БИО	2	30 000,00р.
	Кондиционер	5	120 000,00р.
	Транспорт кондиц. + дизель	1	45 000,00р.
	Вода(бочка)	1	12 000,00р.
	Мусор	3	6 500,00р.
	Колышки для ограждения	200	- р.
	Сено	1	16 000,00р.
	3	Монтаж выставки	
Охрана		1	52 000,00р.
Монтаж,дем. выставки		1	60 000,00р.
4	Оформление		
	Баннер у дороги 6х2,5	1	2 000,00р.
	Банер для сцены 5х3	1	2 000,00р.
	Баннер на павильон 6х 2,8	1	3 000,00р.
	Лента ограждения, веревка, таблички	1	8 000,00р.
	Указатели на дороге	10	1 000,00р.
	Итого:		523 500,00р.

Рисунок 2 – Смета выставки «Саратов-Агро. День Поля. 2016»

Также рассмотрены ценообразование и себестоимость услуг выставочных центров. Механизм себестоимости и ценообразования в основном зависит от предполагаемого бюджета выставочного центра, наличия или отсутствия цен на входные билеты, рентабельности выставки, наценки для получения прибыли и т.д.

В третьем разделе работы проводится основная практическая работа по определению финансовой эффективности выставок на основе данных предприятия АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН.

Для расчета эффективности выставок АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН в данной работе используется метод возврата инвестиций (ROI), т.к. такой способ самый распространенный на сегодняшний день.

В России коэффициент ROI является самым распространенным показателем для выяснения финансовой эффективности выставки. Образцом такого расчета является формула:

$$ROI = \frac{\text{Прибыль от выставки} - \text{Расходы на выставку}}{\text{Расходы на выставку}} \cdot 100\% \quad (1)$$

Таблица 1 – Показатели для расчета коэффициента ROI.

№ п/п	Показатель	Ед.Изм.	Год					
			2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Чистая прибыль предприятия	млн. руб.	1	26	25,6	19	14	4,2
2	Чистая прибыль от участия в выставке	%	25	10	8,5	5,6	1	—
3	Расходы на выставки	тыс. руб.	875	1253	886	910	943,5	—
4	Города проведения выставки	—	Уфа Саратов	Москва	Уфа	Тюмень	Санкт-Петербург	—

По таблице можно заметить, что в 2012 году произошел резонанс прибыли предприятия. Причиной тому стала успешная выставка в г. Уфа, которая позволила получить много новых контактов. Встречи с потенциальными клиентами привели предприятие к большому количеству крупных заказов в 2012 году.

С помощью имеющихся данных можно провести расчеты коэффициента ROI за 5 лет для определения финансовой эффективности выставок для АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН, используя формулу (7).

$$ROI_{2011} = \frac{(26000 - 75\%) - 875}{875} \cdot 100\% \quad (2)$$

$$ROI_{2012} = \frac{(25600 - 90\%) - 1253}{1253} \cdot 100\% \quad (3)$$

$$ROI_{2013} = \frac{(19000 - 91,5\%) - 886}{886} \cdot 100\% \quad (4)$$

$$ROI_{2014} = \frac{(14000 - 94,4\%) - 910}{910} \cdot 100\% \quad (5)$$

$$ROI_{2015} = \frac{(4200 - 99\%) - 943,5}{943,5} \cdot 100\% \quad (6)$$

Таким образом, получатся следующие результаты:

$$ROI_{2011} = 642\% \quad ROI_{2012} = 104\% \quad ROI_{2013} = 82\%$$

$$ROI_{2014} = -13\% \quad ROI_{2015} = -95,5\%$$

На результатах четко видно, что инвестиции перестали окупаться уже в 2013 году, несмотря на то, что выставка в г. Уфа прошла удовлетворительно. После проведения расчетов данные были сведены в Таблицу 2 и отражены на Рисунке 2.

Таблица 2 – Результаты расчетов коэффициента ROI.

Показатель	Чистая прибыль предприятия, тыс.	Чистая прибыль в результате выставки, тыс.	ROI	
			числ.	%
Год				
2011	1000	6500	6,42	642
2012	26000	2560	1,04	104
2013	25600	1615	0,82	82
2014	19000	784	-0,13	-13
2015	14000	42	-0,95	-95,5
2016	4200	—	—	—



Рисунок 2 – Динамика коэффициента возврата инвестиций

Исходя из расчетов коэффициента ROI, можно сделать вывод, что самая успешная и финансово-эффективная выставка была в 2011 году, которая принесла сверхприбыль в 2012 году.

Помимо коэффициента ROI были изучены и проанализированы технико-экономические показатели АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН. Рассмотрены прибыль, рентабельность, объемы продаж, инновационная реализованная продукция.



Рисунок 3 – Объем реализации продукции

Новые контакты были получены на выставке в 2011 году в г. Уфа. Также данная выставка является одной из самых успешных в истории АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН.

Помимо этого график показывает, что в результате выставки в 2011 году прошла успешная коммерциализация новых технологий предприятия, которые отразились на объеме реализованной продукции.

В заключение можно сказать, что для предприятия АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН в последние годы выставки представлялись как финансово-неэффективное мероприятие в процессе коммерциализации инноваций, т.к. организация не получала удовлетворительного количества новых контактов для повышения продаж.

В четвертом разделе проводится анализ выставочной деятельности Саратовской области. Были выявлены основные проблемы региона:

- выставочный центр «Софит-Экспо» не имеет своего выставочного комплекса, что не позволяет некоторым предприятиям принять участие в мероприятиях Саратовской области;
- плохо развитая инфраструктура города относительно транспортной системы и гостиничных комплексов: город не сможет обеспечить комфортную транспортировку и принятие гостей;
- ошибки на начальном этапе организации выставок;
- малое количество уникальных выставок или их полное отсутствие.

Важным пунктом оптимизации выставочной деятельности в регионе является постройка специально оборудованного выставочного комплекса. Это решит целый ряд мелких проблем с организацией и размещением экспонентов.

Оптимизация выставочной деятельности в Саратовской области – долгий и сложный процесс, требующий больших инвестиций и огромного объема работы. В то же время это необходимо для улучшения экономики всего региона, т.к. Саратовская область является мощным промышленным центром, имеющим большой потенциал в разных отраслях, в том числе и в машиностроении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены вопросы финансовой эффективности выставок, выставочная деятельность в целом, затраты проведения выставочных мероприятий, и проблемы демонстраций в Саратовской области.

Были проведены исследования в области выставочных мероприятий в России, подтверждено, что демонстрации в промышленной отрасли, включая машиностроение, имеют меньший успех и прирост посетителей. Также рассмотрены некоторые регионы России, где выставки проходят на достаточно высоком уровне. Выявлено явное превосходство городов Москва и Санкт-Петербург.

Рассмотрены типовые затраты на организацию выставочных мероприятий и ценообразование участия в демонстрации. Себестоимость услуг выставочного центра зависит от многих факторов: наличия входного билета, учета рентабельности, наценок и т.д.

Проведена практическая работа относительно финансовой эффективности выставок в процессе коммерциализации инноваций в машиностроении на примере АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН. Проведены расчеты коэффициента возврата инвестиций ROI, который показал, что за 5 лет у предприятия была одна успешная выставка, которая принесла сверхприбыль и подъем экономики предприятия.

Помимо расчетов были рассмотрены технико-экономические показатели завода для оценки результатов выставок. Были исследованы объемы производства, рентабельность предприятия и его прибыль. Также оценены объемы инновационной реализованной продукции. Она за последние 2 года составила четверть от всего товара.

В заключение практической работы были представлены методы повышения эффективности выставок, как для участников, так и для организаторов мероприятия.

В конце работы был составлен обзор на проблемы выставочной деятельности в Саратовской области и г. Саратове. В качестве примера взят выставочный центр «Софит-Экспо». Были выявлены крупные проблемы подобных мероприятий, включая ошибки организаторов. Проведен анализ первичной подготовки к выставке на примере Саратовского Индустриального форума в 2016 году.

Также в работе представлены возможные пути решения проблем Саратовского региона. Выявлено, что крупным недостатком области является отсутствие собственного выставочного комплекса.

Подводя итоги можно сказать, что выставочная деятельность в России далека от удовлетворительного состояния и сконцентрирована только на столичных регионах. Несмотря на количество выставок, проходящих в Москве и Санкт-Петербурге, мероприятия не лишены грубых ошибок.

На основе проделанной практической работы можно сделать вывод, что выставки в процессе коммерциализации для АО «НЕФТЕМАШ» - САПКОН являются финансово-неэффективными.

В заключение можно сказать, что выставочная деятельность в Саратовской области развивается очень медленно, несмотря на работу выставочного центра «Софит-Экспо». В свою очередь задачи выполнены, цель работы достигнута.