

**Пересветов Владимир Натанович**

канд. техн. наук, генеральный директор

ООО НЭЦ «Стрела»

г. Москва

DOI 10.21661/r-117105

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ МУЗЕЙНО-ТУРИСТСКИХ КОМПЛЕКСОВ**

*Аннотация: в представленной статье определены принципы формирования рентабельности услуги, максимального и минимального уровня цены, методы определения платежеспособного спроса, направления дифференциации цен, виды предоставляемых скидок, основные принципы ценовой политики в целом. Определены источники доходов и соответствующих налоговых отчислений музеиных учреждений и туристических компаний, определены итоговые показатели бюджетной эффективности, определены девятнадцать целевых показателей и индикаторов, характеризующих социально-экономическую эффективность музеино-туристского комплекса.*

*Ключевые слова:* музейно-туристский комплекс, музеи, культурное наследие, природное наследие, культурно-познавательный туризм, коммерческие услуги, туристическая инфраструктура, маркетинг, туристический продукт, инвестиционный проект.

Проведение экономической оценки реализации инвестиционного проекта требует решение проблем формирования ценовой политики оказания услуг музеино-туристским комплексом /МТК/, оценки доходности МТК и налоговых отчислений в консолидированный бюджет, оценки социально-экономической эффективности эксплуатации МТК. Для решения проблемы формирования ценовой политики используются методы определения принципов формирования цены, условия окончательного уровня цены, факторов платежеспособного

спроса, принципов дифференциации цен, влияния издержек цен на подобные услуги на внутреннем и внешнем рынке.

Оценка доходности базируется на ценах предоставляемых услуг и объемов их потребления (реализации). Налоговые отчисления определяются на основе Налогового Кодекса РФ и Бюджетного Кодекса РФ.

Оценка социально-экономической эффективности базируется на определении бюджетной эффективности и системе индикаторов и показателей, характеризующих достижения общественно значимых результатов и влияющих на динамику российского музейно-туристского рынка.

Основным принципом формирования цены услуг, в том числе и для определения ценовой политики оказания услуг музейно-туристского комплекса, является условие безубыточности, предполагающее превышение цены услуг издержек на их реализацию. Кроме возмещения издержек, цена должна обеспечивать рентабельность услуги, формирующую прибыль, необходимую для обеспечения окупаемости инвестиционных затрат в приемлемые сроки.

Но главным условием формирования окончательного уровня цен является их соответствие платежеспособному спросу потенциальных потребителей услуги.

В свою очередь, платежеспособный спрос зависит от таких факторов, как уникальность историко-культурных объектов комплекса (объектов показа), новизна и эксклюзивный характер предоставляемых музейных услуг, конкурентоспособность продукта, привлекательность и разнообразие экскурсионных маршрутов, качество предоставляемых услуг, сезонность, платежеспособность населения и социально-экономическая ситуация в конкретном регионе.

Изменения цен, в свою очередь, могут регулировать потребительский спрос, ускорять или замедлять реализацию предоставляемых услуг.

Важнейшим элементом ценовой политики и регулирования спроса является политика дифференциации цен.

Дифференциация цен может базироваться на следующих направлениях:

- уменьшения цены на базовые платные услуги посещения объектов показа в рамках социальной политики государства, выраженной в требованиях Министерства культуры РФ и направленной на обеспечение экономической доступности услуг, оказываемых в сфере культуры для социально незащищенных слоев общества;
- обеспечение соответствия динамики цен изменяющейся конъюнктуре рынка рассматриваемых услуг.

Дифференцирование цен и предоставляемых скидок имеет следующие виды:

- дифференцирование цен на услуги для индивидуальных и групповых посетителей;
- дифференцирование цен для российских и иностранных граждан;
- отдельные цены на посещение без экскурсионного сопровождения;
- сезонное дифференцирование цен. В несезонный период, когда поток посетителей снижается до минимума, устанавливаются максимально низкие цены, а в сезонный «пик» максимально высокие. В практике зачастую используются и средние межсезонные цены;
- использование системы абонементов с льготными ценами на определенный период времени или на определенное количество посещений;
- предоставление льгот и скидок для постоянных посетителей (индивидуальные дисконтные карты, купоны и пр.);
- отдельные цены на проведение экскурсии в утреннее время или будние дни;
- рекламные скидки (акции), особенно для услуг, предоставляемых объектами в начале эксплуатации.

Издержки на реализацию услуг определяют нижний предел цен, а рынок и спрос – его верхний предел.

При установлении цен на услуги, предоставляемые объектами инфраструктуры, следует учитывать, в первую очередь, платежеспособность различных категорий прибывающих посетителей, сезонность предоставления услуги.

Важным аспектом ценовой политики является также учет цен предоставления подобных услуг на внутреннем и внешнем рынке.

В итоге, основными принципами ценовой политики должны быть:

- окупаемость затрат на оказание платных услуг;
- обеспечение рентабельности платных услуг, на которые сложился устойчивый рыночный спрос;
- экономическая обоснованность прогнозируемой прибыли с учетом необходимости уплаты налогов и сборов, обеспечение потребного развития материальной базы и окупаемости инвестиционных затрат;
- обеспечение возможности посещения МТК социально и экономически незащищенными группами населения;
- многосторонняя дифференциация цен с учетом динамики конъюнктуры рынков, платежеспособности категорий посетителей, сезонности, постоянства посещений, предварительного бронирования, утренних или будничных посещений, плана рекламных акций;
- учет классности объекта и качества предоставляемых услуг;
- учет цен предоставления конкурентных услуг в региональном, федеральном и общемировом масштабе.

*Оценка доходности музейно-туристического комплекса  
и налоговых отчислений в бюджетную систему РФ*

Доходы и налоговые отчисления музейно-туристского комплекса образуются на основе платной эксплуатации объектов МТК, предоставляющих определенные услуги. Причем эксплуатация объектов МТК соответствует производственно-хозяйственной деятельности музейных учреждений и компаний туристической инфраструктуры. Необходимо отметить, что деятельность государственных музейных учреждений регламентируется Федеральным Законом №83 от 8 мая 2010 г., позволяющим им обрести статус автономного или бюджетного учреждения нового типа.

Тогда полученные доходы таких учреждений, полученные от приносящей доход деятельности, остаются в их распоряжении, а с полученной прибыли платится соответствующий налог.

*Доход*, или выручка, получаемая музейными учреждениями МТК, образуется на основе предоставления ими услуг по музейно-экскурсионному обслуживанию посетителей МТК.

Доходы, получаемые коммерческими компаниями, эксплуатирующими объекты туристической инфраструктуры МТК, также образуются за счет предоставления им профильных услуг на соответствующих объектах.

Оценка доходности вышеуказанных учреждений и компаний базируется на ценах предоставляемых услуг и объемах их потребления (реализации).

*В качестве налоговых отчислений*, выплачиваемых организациями, входящими в состав МТК, согласно Налоговому кодексу РФ, выделяются:

*Налог на прибыль*. Является прямым налогом, взимаемым с прибыли предприятия или организации. При этом экономический показатель прибыли определяется как разность между выручкой от реализации услуг и полной их себестоимостью.

Налогоплательщиками являются все российские организации. Базовая ставка составляет 20% (18% вносится в бюджеты субъектов РФ, 2% – в федеральный бюджет).

*Налог на добавленную стоимость (НДС)*. Относится к косвенным налогам, выплачивающимся в бюджет государства как часть добавленной стоимости, которая создается в процессе предоставления услуг. Ставка НДС для услуг, оказываемых в МТК, составляет, как правило, 18%.

*Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)*. Является основным видом прямых налогов, исчисляемым в процентах от совокупного дохода физического лица за вычетом расходов, подтвержденных документально в соответствии с законодательством РФ. Основная ставка данного налога составляет 13%.

*Налог на имущество организаций.* Плательщиками налога являются организации, имеющие имущество, признаваемое объектом налогообложения в соответствии со ст. 374 НК. Ставка налога устанавливается законами субъектов Федерации и не может превышать 2,2%.

*Земельный налог* регулируется главой 31 «Земельный налог» НК РФ. Вводится в действие федеральным законодательством (НК РФ) и нормативными правовыми актами местного самоуправления. Налогоплательщиками земельного налога (ст. 388 НК РФ) являются организации, обладающие земельными участками (на праве собственности, праве постоянного (бессрочного) пользования, или праве пожизненного наследуемого дарения). Налоговые ставки установлены ст. 394 НК РФ, в максимальном значении 1,5%;

Налоговые отчисления предприятий МТК поступают в бюджет определенного уровня, в соответствии с Бюджетным Кодексом РФ: первый уровень – федеральный бюджет РФ; второй уровень – бюджеты субъектов РФ; третий уровень – местные бюджеты, в том числе бюджеты муниципальных районов, бюджеты городских округов, бюджеты внутригородских муниципальных образований городов федерального значения, бюджеты городских и сельских поселений.

#### *Оценка социально-экономической эффективности эксплуатации МТК*

Оценка социально-экономической эффективности производится на основе определения бюджетной и социальной эффективности.

*Бюджетная эффективность* Инвестиционного проекта создания МТК определяется на основе сопоставления налоговых отчислений, которые получает бюджетная система Российской Федерации от эксплуатации комплекса и расходов бюджетов всех уровней на реализацию Инвестиционного проекта. Итоговым показателем бюджетной эффективности является срок окупаемости бюджетных расходов, определяемый годом эксплуатации МТК, в котором доходы бюджетов, накопленные за предыдущие годы эксплуатации, превысят инвестиционные бюджетные расходы, предшествующие началу эксплуатации.

*Оценка социальной эффективности, значимости и результативности* Проекта производится на основе определения степени его влияния на развитие музеино-туристической сферы страны в целом. Для этого используется система целевых индикаторов и показателей, в том числе принятых в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы, для оценки ее результативности и эффективности.

Система индикаторов и показателей характеризует достижение следующих общественно значимых результатов:

- сохранение и развитие культурного пространства Российской Федерации;
- сохранение историко-культурного наследия;
- рост объема услуг населению Российской Федерации, оказываемых в сфере культуры и туризма путем вовлечения в культурный и туристический оборот объектов историко-культурного наследия и увеличения туристического инфраструктурного потенциала;
- интенсификация развития социально-культурной сферы регионов страны;
- увеличение доли частных инвестиций в сферу культуры и уменьшение её зависимости от бюджетного финансирования.
- формирование современных востребованных туристских продуктов и расширения перечня туристских услуг;
- обеспечения доступности рекреационных услуг для широких слоев населения
- обеспечения привлекательности российских туристических продуктов для иностранных граждан.

*Основными целевыми показателями и индикаторами, характеризующими динамику музеино-туристского рынка, являются:*

- увеличение количества эксплуатирующихся на российском рынке музеино-туристических комплексов;
- увеличение количества музеефицированных объектов историко-культурного наследия;

- увеличение доли объектов историко-культурного наследия, находящихся в удовлетворительном состоянии;
- увеличение количества посещений учреждений культуры (музеев);
- увеличение количества участников культурно-досуговых мероприятий;
- инвестиции в основной капитал средств размещения, питания, торговли и пр.;
- объем платных туристских услуг, оказанных населению;
- объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения;
- численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения;
- численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения;
- увеличение количества рабочих мест.

### ***Список литературы***

1. Романчук А.В. Музейный туризм: Учебно-методическое пособие. – СПб., 2010.
2. Мальская М.П. Международный туризм и сфера услуг: Учебно-методическое пособие. – М., 2008.
3. Экономика гостиничного, ресторанных и туристического предприятия: Учебное пособие / Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. – М., 2009.
4. Артёмова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: Учебное пособие / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова. – Орёл, 2005.
5. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика. – М., 2002.
6. «Туризм и гостиничное хозяйство» [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.oturbiznese.ru>
7. Журнал «Маркетинг услуг». – 2010. – №1 (21).
8. Бюджет.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://bujet.ru/>