



Затраты на аудит – на самом последнем месте. Почему?

По данным Исполнительной дирекции РСВЯ только 16% выставочных компаний-членов Союза в 2013 году объявили о росте расходов на проведение выставочного аудита. Придем ли мы при таком подходе к цивилизованному выставочному рынку?

В первом номере нашего журнала за 2014 год была опубликована информация об итогах работы организаторов выставок - членов Российского Союза выставок и ярмарок в 2013 году (по данным опроса, который проводит Исполнительная дирекция РСВЯ).

В продолжение темы, предлагаем вниманию читателя расширенную информацию об изменении объемов работы организаторов по основным направлениям их деятельности (таблица 1) и распределении расходов выставочных компаний в прошлом году (таблица 2).

Как видим, безусловным приоритетом для выставочников является расширение деловой и сопутствующей программы выставок – так считает 66% респондентов.

Что касается текущих расходов, можно лишь порадоваться за сотрудников выставочных компаний – рост заработной платы стал первой статьёй расходов для 61% предприятий, чуть меньше (54%) – увеличили затраты на рекламу и PR.

Но вот что огорчает – об увеличении затрат на выставочный аудит сообщили только 16% опрошенных. Хорошо хоть, что 79% респондентов оставили эти расходы на прежнем уровне. Девять лет проводится аудит в России, но, к сожалению, пока он не стал нормой для бизнеса, а значит – до подлинно цивилизованного выставочного рынка нам еще далеко.

Таблица 1

Изменения в организации выставок, 2013 г.

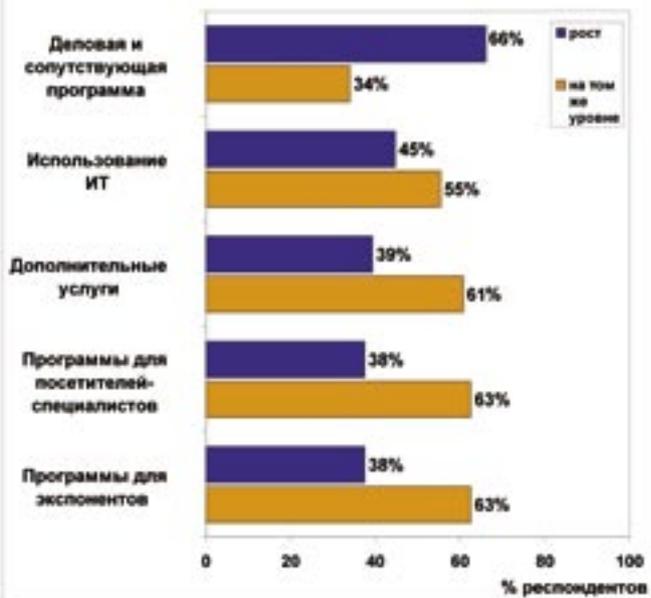


Таблица 2

Изменение расходов, 2013 г.

