

ВЫСТАВОЧНЫЙ АУДИТ И ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕРОССИЙСКОГО РЕЙТИНГА ВЫСТАВОК - ЭЛЕМЕНТЫ ПРОЗРАЧНОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

EXHIBITION AUDIT AND THE FORMATION
OF THE ALL-RUSSIAN EXHIBITION RATING -
ELEMENTS OF TRANSPARENCY,
THE EXHIBITION INDUSTRY IN RUSSIA

K. Suleymanova

Annotation

In this article the author emphasizes the need for exhibition audit Russian exhibition companies, describes the functions of this new marketing policy tool exhibition enterprise provides some statistics on the exhibition audit in Russia, talks about the usefulness of creating nationwide ranking of exhibitions and fairs.

Keywords: exhibition activities, the exhibition industry, exhibition audit rating nationwide exhibitions.

Сулейманова Карина Ашотовна
Российский Экономический
Университет им. Г.В. Плеханова

Аннотация

В статье автор подчеркивает необходимость проведения выставочного аудита российских выставочных компаний, описывает функции этого нового инструмента маркетинговой политики выставочного предприятия, приводит некоторые статистические данные, касающиеся выставочного аудита в России; рассуждает о нужности создания общероссийского рейтинга выставок и ярмарок.

Ключевые слова:

Выставочная деятельность, выставочная индустрия, выставочный аудит, общероссийский рейтинг выставок.

На протяжении многих лет организаторы выставок в нашей стране говорили о своих мероприятиях все, что хотели. Можно было услышать о том, что знакомую вам выставку посетило 50 тыс. специалистов, на ней были представлены экспоненты из 100 стран, а площадь выставки составила 100 000 кв. м. Проверить данные факты было невозможно, оставалось только довериться им.

До недавнего времени, по имеющимся статистическим данным, Германия, например, продавала выставочных площадей в 2 раза больше, чем Россия. А вот число посетителей выставок в Германии, по тем же данным, было в 2 раза меньше. Получается, что выставки в России были в 4 раза многолюднее немецких.

Очевидно, что это не так. Особенно для тех, кто был на крупнейших немецких выставках во Франкфурте-на-Майне, в Ганновере или Мюнхене.

Соответственно, достоверность выставочной статистики в России, представляемой самими организаторами, не требовала комментариев.

Кто "страдал" от подобного состояния дел? Прежде всего, конечно же, экспонент. После участия в экспозициях, которые только на бумаге были образцом эффективности, часть бизнеса начала "отворачиваться" от специализированных выставок. А поскольку масштабы рекламных фальсификаций становились все больше и больше, под удар попадала вся выставочная отрасль.

Институт выставочного аудита существует в мире вот уже более сорока лет. В настоящее время он контролируется Всемирной ассоциацией выставочной индустрии – UFI со штаб-квартирой в Париже. В России проведение выставочного аудита также контролирует Российский союз выставок и ярмарок. Права на выполнение аудиторских проверок выставок в стране получила компания "РуссКом Ай-Ти Системс", имеющая аккредитацию UFI. Результаты аудита публикуются во всех международных специализированных справочниках.

Проведение выставочного аудита способствует построению цивилизованного, прозрачного и конкурентного выставочного рынка. Аудит – это профессиональный и осмысленный подход к проведению и участию в выставках, это реальная помощь предпринимателю и производителю, государственному чиновнику и бизнесмену. Предпринимателям это помогает выбрать выставку, где его продукцию увидят больше всего целевых посетителей, посетителям дает возможность побывать на по-настоящему представительной выставке.

Благодаря аудиторскому свидетельству можно узнать не только точное количество российских и зарубежных специалистов, посетивших то или иное мероприятие, но и в некоторых случаях суммы контрактов, которые были заключены по итогам работы данной выставки.

Аудит регулярно проводят подавляющее большинство крупных выставочных операторов, работающих на российском рынке, – "Экспоцентр", ITE, "Экспофорум", "Рес-

тэк", "Примэкспо", "Евроэкспо", "Эксподизайн" и др.

В итоге, в настоящий момент в России появился новый, реально работающий маркетинговый инструмент, позволяющий любой компании узнать точные параметры любой выставки, а именно:

- ◆ открытую и закрытую площадь, арендованную отечественными участниками (нетто, кв. м.);
- ◆ открытую и закрытую площадь, арендованную иностранными участниками (нетто, кв. м.);
- ◆ площадь специальных экспозиций в рамках выставки и по ее теме (кв. м.);
- ◆ общую открытую и закрытую площадь выставки (нетто, кв. м.);
- ◆ общую площадь выставки (брутто, кв. м.);
- ◆ число национальных экспонентов;
- ◆ число иностранных экспонентов;
- ◆ общее число экспонентов;
- ◆ число и перечень стран – участниц;
- ◆ число не прямых иностранных экспонентов;
- ◆ число не прямых национальных экспонентов;
- ◆ общее количество не прямых экспонентов;
- ◆ общее количество посетителей;
- ◆ количество специалистов, посетивших выставочное мероприятие;
- ◆ количество иностранных посетителей;
- ◆ количество посещений;
- ◆ количество иностранных посещений.

Результаты выставочного аудита активно освещаются в отечественных СМИ, посвященных выставочному бизнесу. Помимо этого, результаты аудита публикуются в ежегодном справочнике выставочной статистики (FKM), который распространяется в 19 странах Европы. В настоящий момент данные аудита также размещены на крупнейших интернет – порталах allexpo.ru, exponet.ru, vmost.ru. В общем случае, выставочный аудит является добровольным. Однако, в случае, если выставка желает получить почетный знак РСВЯ или UFI, прохождение статистического аудита является обязательным.

Всего, с момента введения системы выставочного аудита в России проведено 677 проверок, при этом, аудит прошло 284 уникальных мероприятия. Общая проверенная площадь уникальных выставок за все время составила 1.409.252 кв. м, что составляет около половины площадей всех выставок, застраиваемых в России.

По итогам 2011 года официальный выставочный аудит на территории России и стран СНГ прошло 106 мероприятий. Количество выставок, прошедших проверку в столице составило – 61, в регионах РФ – 26, в странах СНГ – 19 мероприятий.

Общая площадь нетто выставок, которые прошли аудит за этот период, составила 631.290 кв.м., количество

экспонентов принявших в них участие – 30.589 компаний.

За 2011 год выставки, прошедшие официальный аудит, посетило порядка 1.150.000 посетителей.

Портрет "средней выставки", прошедшей аудит в 2011–м году можно представить следующим образом:

- ◆ площадь нетто: 5956 кв. метров;
- ◆ количество экспонентов: 289 компаний;
- ◆ количество уникальных посетителей: 10850 человек;
- ◆ площадь среднего стенда на выставке, при этом, составила: 20,6 метров;
- ◆ количество уникальных посетителей, приходящих на одного экспонента: 37,5 человека.

Необходимо заметить, что приведенные цифры нельзя назвать портретом "средней российской выставки", поскольку, аудит проходят, в основном, мероприятия, имеющие знаки UFI или РСВЯ, т.е. достаточно крупные выставки.

6 сентября 2012 года состоялось заседание Комитета Торгово–промышленной палаты Российской Федерации по выставочно–ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортёров. Одним из вопросов, рассматриваемых на заседании, стало формирование общероссийского рейтинга выставок и ярмарок.

Как отметил Сергей Беднов, генеральный директор ЗАО "Экспоцентр" и новый председатель вышеупомянутого комитета ТПП РФ, целью формирования рейтинга является повышение прозрачности выставочно–ярмарочной деятельности в стране, в том числе для потенциальных экспонентов.

По его словам, эта работа важна, прежде всего, тем, что проблема доверия экспонентов к выставкам и ярмаркам до сих пор не снята как в столице, так и в регионах. В выставках и ярмарках принимает участие всего 1,5–2 процента российских компаний (без учёта розницы), в то время как в развитых странах этот показатель гораздо больше. В качестве причин такого положения вещей могут быть названы недобросовестная конкуренция выставок, неравные конкурентные условия участия в выставках российских и зарубежных компаний.

Преимущества, связанные с появлением общероссийского рейтинга выставок:

1. предоставление экспонентам и посетителям простого и понятного инструмента для выбора интересующих их эффективных тематических выставок;
2. появление у выставочной отрасли системного ин–

струмента для борьбы с так называемыми "выставками-двойниками";

3. дополнительная возможность продвижения выставочной индустрии в российской и международной бизнес-среде;

4. поддержание в России системы аудита выставок и ярмарок – крайне полезной системы для выставочной отрасли, существующей во всех цивилизованных странах мира.

Основные принципы составления рейтинга выставок:

1. В рейтинг включены все выставочные мероприятия с проверенными статистическими данными, собранными профессиональным институтом независимого аудита, признаваемым РСВЯ и UFI.

2. В рейтинг включены выставки, проведенные на тер-

ритории Российской Федерации.

3. Рейтинг формируется по 4-м основным параметрам: количеству участников, экспонентов, стран-участниц и величине выставочных площадей.

Системы проведения выставочного аудита и формирования выставочных рейтингов предоставляет экспонентам возможность сравнить экспо-продвижение с альтернативными рекламными возможностями, на основе чего сделать выводы не только о целесообразности участия в той или иной выставке, но и о размерах необходимого стенда, количестве персонала и т.д.

Однако, хотелось бы отметить, что сами компании-выставочники рассматривают аудит, прежде всего, как имиджевую составляющую, а экспоненты не всегда доверяют даже проверенным данным и предпочитают полагаться на свое чутье или собственные данные, собранные за время проведения выставки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выдержки и материалы из данных семинара, проходящего в рамках Международного Форума "5p Expo", организованного РСВЯ в 2008г.
2. "Expolife.ru", февраль 2012, Итоги выставочного аудита за 2011 г.

© К.А. Сулейманова, (gustsul@concord.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

