

УДК 33

DOI:10.34670/AR.2021.97.25.001

## Цифровизация выставочной индустрии

**Савина Светлана Владимировна**

Кандидат физико-математических наук,  
доцент департамента бизнес-информатики,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
125167, Российская Федерация, Москва, просп. Ленинградский, 49/2;  
e-mail: Ssavina@fa.ru

### Аннотация

В данной статье проанализированы основные направления развития цифровизации в выставочной индустрии, представленные на сайте Российского союза выставок и ярмарок. Внедрение цифровых технологий выставочного сектора в экономике России направлено на взаимодействие с потребителями. Одним из наиболее значимых способов цифровизации экспоиндустрии является виртуальный музей. В работе проанализированы преимущества и недостатки данного вида музея. В статье проведен статистический анализ внедрения цифровых технологий в экспоиндустрию. Результаты исследования показали, что Россия активно внедряет инновационные технологии в выставочный сектор. Многие экспоненты отметили, что 10% дохода будут составлять виртуальные выставки. Таким образом, выставочный сектор России активно внедряет цифровые технологии, реализуя основные задачи, поставленные Российским союзом выставок и ярмарок.

### Для цитирования в научных исследованиях

Савина С.В. Цифровизация выставочной индустрии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 12А. С. 164-171. DOI:10.34670/AR.2021.97.25.001

### Ключевые слова

Цифровизация, выставочная индустрия, экономика, цифровизация экономики, виртуальный музей.

## Введение

Выставочная индустрия (экспоиндустрия) – это раздел экономики, касающийся работы торгово-промышленных выставок – специализированных массовых мероприятий, проходящих в установленные сроки и в заблаговременно объявленном месте, где на коммерческой основе демонстрируются и получают распространение товары, услуги и информация [Симонов, 2016, 67].

В связи с пандемией COVID-19 цифровизация экономики стала важным направлением ее развития. Экспоиндустрия была вынуждена оперативно реагировать на резкий перенос и отмену многочисленных выставок, что в достаточной мере повлияло на ее развитие. Актуальность статьи обусловлена высоким темпом цифровизации в выставочном секторе российской экономики.

## Основная часть

Цифровизация – это внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства [Что такое..., www]. На сайте Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) представлена Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 г. Основной целью отрасли является как рост экономики страны, так и развитие культурных и профессиональных навыков граждан. Внедрение цифровых инноваций, в частности разработка цифровой платформы отрасли, является одним из способов решения задач, представленных в указанной выше стратегии.

Целью разработки программно-аппаратного комплекса управления является создание экосистемы из единой цифровой платформы и программно-аппаратных средств, которые позволяют комплексно управлять проектами, компанией или площадками. Данная платформа поможет реализовать весь комплекс необходимых услуг.

Цифровая платформа сможет повысить эффективность бизнес-процессов, таких как управление проектами, управление компаниями, управление площадками, управление сопутствующими сервисами.

Платформа может решить следующие задачи.

- 1) Облегчение взаимодействия и коммуникации между участниками путем создания личных кабинетов и мобильных приложений.
- 2) Автоматизация и шаблонизация ключевых бизнес-процессов по подготовке и проведению мероприятий. Решение данной задачи поможет упростить все этапы организации выставки (от разработки идеи и концепции до контроля реализации).
- 3) Создание единого источника информации о запланированных мероприятиях, сервисных компаниях, спектре оказываемых услуг.
- 4) Расширение возможностей участия в мероприятиях за счет новых сервисов. Например, к онлайн-трансляции могут присоединяться люди из разных городов, а также это актуально в связи с предупреждением заражения коронавирусом.
- 5) Создание сервисов, основанных на технологиях AR и VR.
- 6) Повышение уровня качества клиентского сервиса и уровня безопасности (см. Стратегию развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 г.).

Таким образом, создав платформу, можно обеспечить доступность выставочных проектов как для экспонентов (юридических или физических лиц, подавших заявки на участие в выставке, заключивших договоры непосредственно с организатором, а также имеющих выставочные

стенды и публикацию информации в официальном каталоге выставки), так и для посетителей выставок, что будет способствовать достижению главной цели выставочной отрасли.

В выставочной индустрии можно выделить цифровизацию бизнес-процессов и внедрение цифровых технологий для проведения самих выставочных мероприятий.

Рассмотрим наиболее популярные способы внедрения инновационных технологий в экспоиндустрию.

- 1) Онлайн-платформы. Они могут представлять как сайт музея, так и виртуальный музей. Многие экспоненты утверждают, что именно за онлайн-выставками стоит будущее выставочного бизнеса.
- 2) Виртуальная реальность. С помощью VR могут быть созданы онлайн-экскурсии. Также VR-технология позволяет продемонстрировать сложные и крупногабаритные экспонаты.
- 3) Чат-боты. Они смогут анонсировать события, сообщать о переносе мероприятий, запрашивать обратную связь, подбирать ближайшие мероприятия в соответствии с запросом пользователя [Как технологические тренды..., www].

Данные способы внедрения цифровых технологий в большей степени направлены на взаимодействие с потребителями, поэтому и являются самыми популярными среди экспонентов [The Global Exhibition Barometer..., www].

Согласно исследованиям Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), именно виртуальный музей является наиболее перспективным способом внедрения цифровых технологий в выставочную индустрию. Онлайн-музей (виртуальный музей) представляет собой синтез черт традиционного музея и инновационных технологий.

Существует два типа виртуальных музеев. Первый тип относится к интернет-ресурсам. Обычно моделируются трехмерное пространство, интерьер музея и сами музейные экспонаты (3D-модели или электронный каталог изображений). Второй же тип представляет собой реальное помещение внутри музейного комплекса, где представлены виртуальные объекты. Обычно ими являются голограммы, разные виды объемных проекций.

Рассмотрим виртуальный музей как веб-страницу или мобильное приложение. Виртуальная экспозиция представляет собой онлайн-платформу, содержащую обычно визуальные (текст, фото, видео) и звуковые способы (музыка, аудиогид) донесения информации.

Для успешного проведения выставки и создания комфортных условий для публики должны быть учтены следующие условия визуальной составляющей.

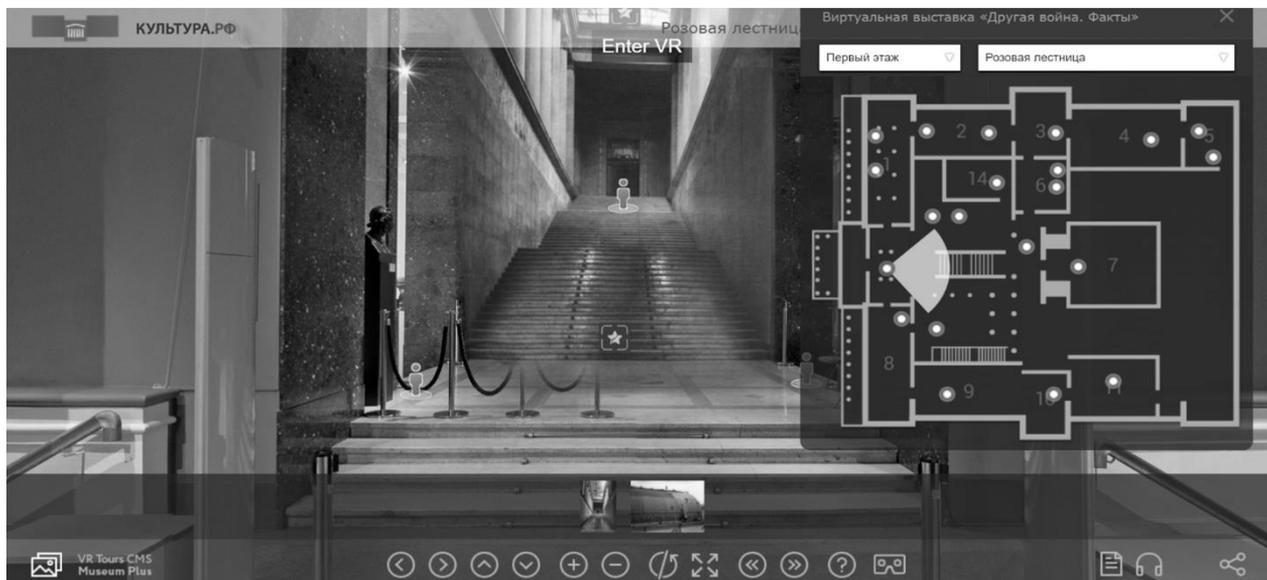
- 1) Яркость, которая наиболее приемлема для человеческого глаза. Это обеспечит комфорт усвоения информации. В противном случае человеку будет тяжело понимать информацию, глаза устанут, и человек закроет веб-страницу.
- 2) Текстовая часть должна быть читабельной.
- 3) Оптимальный размер изображений.

Как для экспонентов, так и для пользователей виртуального музея существует множество положительных черт, которые позволяют предпочесть онлайн-выставку традиционной выставке.

- 1) Разнообразие визуальных эффектов – большой плюс и для гостей веб-сайта, и для организаторов. Первые могут легко и доступно разглядеть экспонаты благодаря различным технологиям, например 3D-моделированию. У вторых же существует неограниченное количество способов визуализировать информацию. В виртуальном пространстве могут быть использованы любые формы и визуальные эффекты.

Ограничения составляет лишь сам научно-технический прогресс.

- 2) Простая навигация между экспонатами. Пользователям не надо тратить время для перемещения между залами, экспозициями. Благодаря удобным фильтрам человек может выбрать интересующий экспонат и в тот же момент оказаться рядом с ним. Это экономит как время, так и силы человека. На рис. 1 представлен снимок экрана с онлайн-выставки Пушкинского музея «Другая война. Факты». В правом верхнем углу представлена карта помещения. Нажимая на круги голубого цвета, пользователь может легко перемещаться между залами.
- 3) Отсутствие лимита на посещение экспозиции. Организаторы могут не беспокоиться о ковидных ограничениях, вместимости пространства. Количество посетителей ограничено только особенностями программного обеспечения.
- 4) Свободное размещение рекламы. Этот пункт является больше преимуществом для экспонентов, нежели для пользователей.
- 5) Безопасность экспонатов. С помощью технологий решается вопрос безопасности и хранения экспонатов. Риск, что украдут какой-либо экспонат, отсутствует [Василина, 2016].



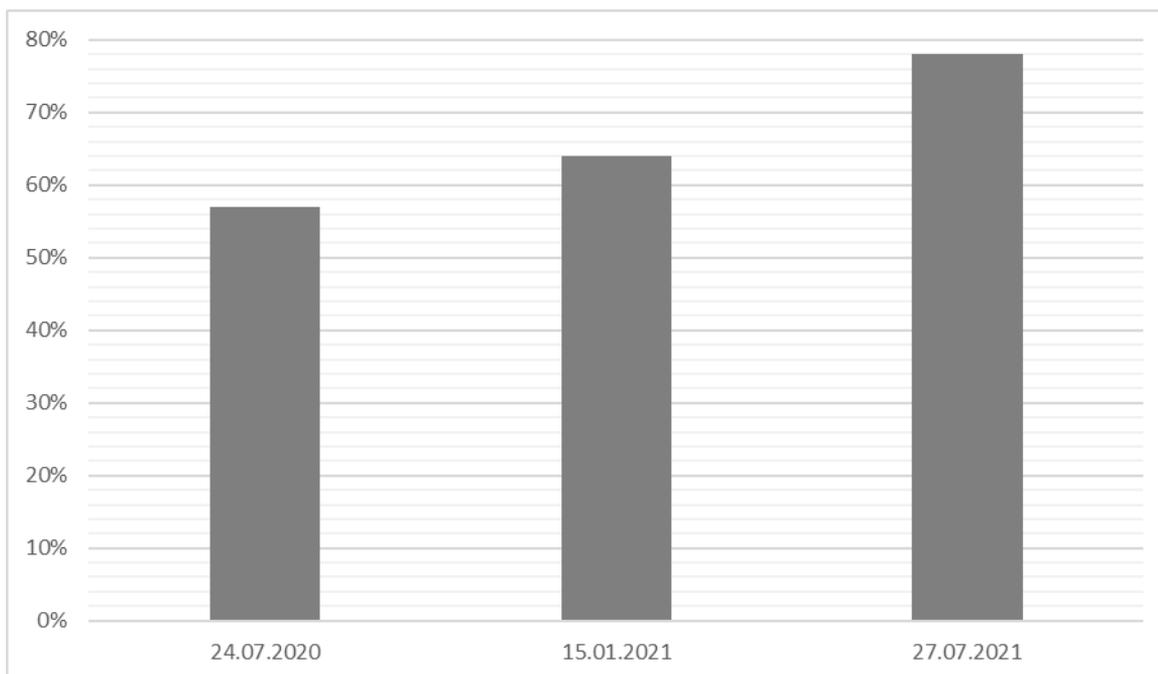
**Рисунок 1 - Снимок экрана виртуальной выставки «Другая война. Факты»**

Несмотря на описанные выше возможности, виртуальный музей имеет свои недостатки, влияющие как на организацию самих выставок, так и на восприятие пользователями экспозиции.

- 1) Проблема имитации. Многие пользователи отмечают, что виртуальный музей не способен передать некоторые характеристики экспонатов. Например, трудно прочувствовать старину картины, которая была создана несколько тысяч лет назад. Хотя подобное чувство очень важно в восприятии выставки.
- 2) Отсутствие живого общения. Одной из функций музейного комплекса является социализация, которую онлайн-музей не позволяет реализовывать в полной мере. Роль физического присутствия в музее остается важной.

В отчетах Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) проведен сбор данных о

состоянии выставочного бизнеса. Так, 27 июля 2021 г. были опубликованы результаты, в которых была собрана статистика о влиянии COVID-19 на экспоиндустрию, а также наиболее актуальные данные о состоянии выставочной индустрии как в мире, так и в отдельных странах. Россия также не стала исключением и приняла участие в отчетности. В сборе информации для отчета UFI принимал участие Российский союз выставок и ярмарок.

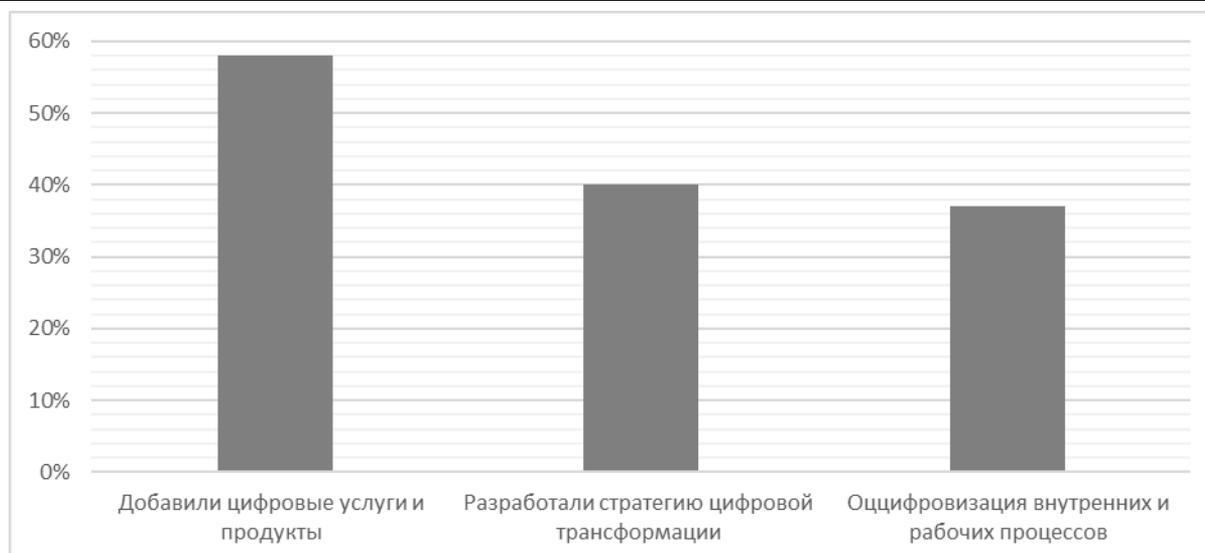


**Рисунок 2 - Процентное распределение респондентов, выступающих за цифровизацию выставочных центров**

В ходе исследования были проанализированы три отчета – за июль 2020 г., январь и июль 2021 г. Респондентам был задан вопрос о том, выступают ли они за цифровизацию экспоиндустрии.

На рис. 2 представлена статистика, собранная из последних трех отчетов UFI. Согласно данной статистике, 78% респондентов готовы внедрить новые форматы выставок с введением информационных технологий. В январе 2021 г. согласиться с этим могли 64% респондентов, а в июле 2020 г. – только 57%. Статистика говорит о росте количества экспонентов, которые имеют положительное отношение к внедрению инновационных технологий в экспоиндустрию.

Также на сайте представлена статистика о внедрении цифровых технологий в качестве меры решения проблемы закрытия и переноса мероприятий (рис. 3). 58% респондентов сообщили, что добавили цифровые услуги и продукты к своим выставочным предложениям. В них входят, например, приложения, цифровая реклама. Только 40% респондентов разработали цифровую трансформацию для отдельных выставок или продуктов. Примером такой трансформации может быть создание онлайн-музея. Внутренние рабочие процессы были оцифрованы только у 37% участников опроса. Анализируя данные, можно сказать, что добавление цифровых услуг и продуктов является наиболее популярной мерой по решению возникших проблем, связанных с пандемией COVID-19. Среди опрошенных компаний 53% говорит о том, что в ближайшие несколько лет цифровые выставки и мероприятия будут составлять более 10% дохода [The Global Exhibition Barometer..., www].



**Рисунок 3 - Результаты опроса респондентов о цифровизации выставочного бизнеса**

### Заключение

На основе анализа виртуального музея можно утверждать, что экспоненты продолжают разработку веб-сайтов и мобильных приложений. В ближайшее время рост внедрения цифровых технологий будет только увеличиваться, о чем говорит статистика. Пандемия COVID-19 только способствует этому.

### Библиография

1. Василина Д.С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3. С. 96-102.
2. Как технологические тренды меняют event-индустрию и опыт участников мероприятий. URL: <https://spark.ru/startup/eventbooking-ru/blog/51218/kak-tehnologicheskie-trendi-menyayut-event-industriyu-i-opit-uchastnikov-meropriyatij>
3. Магомедов Р.М. Цифровая экономика: сущность и последствия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 2А. С. 121-127.
4. Магомедов Р.М., Муравьев М.А. Трансграничные платежи в современной экономике: перспективы развития // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 3А. С. 42-47.
5. Магомедов Р.М., Савина С.В., Деменкова Е.А. Анализ природы и перспектив развития рынка ICO // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Т. 8. № 12А. С. 262-267.
6. Магомедов Р.М., Фомичева Т.Л., Граур Н.М. Роботдвойзеры как основа финансовых технологий будущего // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Т. 8. № 12А. С. 256-261.
7. Симонов К.В. Выставочная индустрия России под влиянием сил конкуренции // Современная конкуренция. 2016. № 1. С. 67-81.
8. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года. URL: <https://ruef.ru/assets/files/documents/СТРАТЕГИЯ%20РАЗВИТИЯ%20КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ%20ОТРАСЛИ.pdf>
9. Что такое цифровизация и какие сферы жизни она заденет. URL: <https://center2m.ru/digitalization-technologies>
10. The Global Exhibition Barometer (July 2021). URL: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-july-2021/>

## The digitalization of the exhibition industry

**Svetlana V. Savina**

PhD in Physical and Mathematical Sciences,  
Associate Professor at the Department of business informatics,  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
125167, 49/2 Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: Ssavina@fa.ru

### Abstract

The article aims to carry out an analysis of the main directions in the development of the digitalization of the exhibition industry of the Russian Federation, presented on the website of the Russian Union of Exhibitions and Fairs. It points out that the introduction of digital technologies of the exhibition sector in the Russian economy is aimed at interaction with consumers. The author of the article pays attention to the fact that the creation of virtual museums is considered to be one of the most significant ways to digitalize the exhibition industry of the Russian Federation. The paper analyzes the advantages and disadvantages of this type of museums. The article presents the results of the statistical analysis of the introduction of digital technologies in Russia's exhibition industry. The results of the study show that the Russian Federation is actively introducing innovative technologies into the exhibition sector. Many exhibitors think that 10% of the revenue will be virtual exhibitions. Having considered the features of the digitalization of the exhibition industry in the Russian Federation, the author comes to the conclusion that Russia's exhibition sector is actively implementing digital technologies, realizing the main tasks set by the Russian Union of Exhibitions and Fairs.

### For citation

Savina S.V. (2021) Tsifrovizatsiya vystavochnoi industrii [The digitalization of the exhibition industry]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (12A), pp. 164-171. DOI:10.34670/AR.2021.97.25.001

### Keywords

Digitalization, exhibition industry, economy, digitalization of the economy, virtual museum.

### References

1. *Chto takoe tsifrovizatsiya i kakie sfery zhizni ona zadenet* [What is digitalization and what areas of life will it affect?]. Available at: <https://center2m.ru/digitalization-technologies> [Accessed 21/11/21].
2. *Kak tekhnologicheskie trendy menyayut event-industriyu i opyt uchastnikov meropriyatii* [How technological trends are changing the event industry and the experience of event participants]. Available at: <https://spark.ru/startup/eventbooking-ru/blog/51218/kak-tehnologicheskie-trendi-menyayut-event-industriyu-i-opit-uchastnikov-meropriyatij> [Accessed 21/11/21].
3. Magomedov R.M. (2020) Tsifrovaya ekonomika: sushchnost' i posledstviya [The digital economy: the essence and consequences]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (2A), pp. 121-127.
4. Magomedov R.M., Fomicheva T.L., Graur N.M. (2018) Roboedvaizery kak osnova finansovykh tekhnologii budushchego [Robo-advisors as a basis for financial technologies of the future]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (12A), pp. 256-261.

5. Magomedov R.M., Murav'ev M.A. (2020) Transgranichnye platezhi v sovremennoi ekonomike: perspektivy razvitiya [Cross-border payments in the modern economy: development prospects]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (3A), pp. 42-47.
6. Magomedov R.M., Savina S.V., Demenkova E.A. (2018) Analiz prirody i perspektiv razvitiya rynka ICO [Analysis of the nature and prospects of development of the ICO market]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (12A), pp. 262-267.
7. Simonov K.V. (2016) Vystavochnaya industriya Rossii pod vliyaniem sil konkurentsii [Russia's exhibition industry under the influence of the forces of competition]. *Sovremennaya konkurenciya* [Modern competition], 1, pp. 67-81.
8. *Strategiya razvitiya kongressno-vystavochnoi otrasli v Rossiiskoi Federatsii do 2030 goda* [The Strategy for the development of the congress and exhibition industry in the Russian Federation until 2030]. Available at: <https://ruef.ru/assets/files/documents/СТРАТЕГИЯ%20РАЗВИТИЯ%20КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ%20ОТРАСЛИ.pdf> [Accessed 21/11/21].
9. *The Global Exhibition Barometer (July 2021)*. Available at: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-july-2021/> [Accessed 21/11/21].
10. Vasilina D.S. (2016) Virtual'nyi muzei kak fenomen sovremennoi kul'tury [The virtual museum as a phenomenon of modern culture]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* [International journal of cultural research], 3, pp. 96-102.