

**АНАЛИЗ РЫНКА ИНТЕРАКТИВНЫХ ЗОН В СФЕРЕ КУЛЬТУРНО-  
ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:  
КЕЙС ПРОЕКТА «VIS360»**

**А.В. Медведев**

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

E-mail: 267242@niuitmo.ru

Научный руководитель – к.э.н., Л.В. Силакова

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

Культурно-выставочная деятельность, как и другие сферы деятельности, трансформируется под влиянием прогресса и инноваций. Сложно представить современный музей без интерактивных зон. Например, современный мультимедийный комплекс Исторический парк Россия - Моя История в Тюмени или музей оптики в Санкт-Петербурге. Ведь при помощи современных технологий виртуальной и дополненной реальности, можно с лёгкостью отправить человека в космос, или, например, заставить почувствовать невесомость без необходимости покидать стены музея. В развлекательной сфере также активно используются новые технологии. Например, принтеры для моментальной печати фотографий из социальных сетей, зоны bullet time и music-box. Подобные системы позволяют посетителям эффективнее рассказывать о происходящих событиях, оставаться социально-активными и придавать дополнительную огласку происходящим мероприятиям [1].

**Целью работы** является анализ рынка интерактивных зон в сфере культурно-выставочной деятельности. Объектом исследования выступает сфера культурно-выставочной деятельности, в том числе, музейно-экспозиционная, конгрессно-выставочная и культурно-развлекательная деятельность в России. Данная сфера была выбрана не случайно, ведь она является одной из главных в потреблении интерактивных технологий. А зачастую, для данной сферы разрабатываются уникальные проекты, не имеющие аналогов и существующие в единственном экземпляре. Например, уникальная мультимедийная экспозиция «Рождение русской оперы» в музее «Картинный дом» в дворцово-парковом ансамбле "Ораниенбаум".

Активная работа бизнес-сообщества немислима без коммуникационных площадок между её игроками, представителями власти и конечными потребителями. Уровень технологической оснащённости и организационный уровень данной сферы довольно высок и географически сфокусирован на Москве и Санкт-Петербурге. Размер выставочных площадей постоянно растёт, в Москве к 2025 году планируется увеличить показатель до 1,1 млн кв. м. Общая площадь конференц-залов в Санкт-Петербурге на 2016 год составляла 100 тыс. кв. м, общей вместимостью не менее 88 тыс. человек. Основной площадкой для проведения выставочной деятельности в Санкт-Петербурге является «Экспофорум» [2].

Объем анализируемого рынка России, на 2015 год, оценивается в 10-15 млрд рублей. Доля Санкт-Петербурга составляет 21-30%, или около 3-3,5 млрд рублей [3].

На основании этих данных, можно судить о росте рынка конгрессно-выставочной деятельности, его привлекательности для инвесторов и участников. Так же прогрессивный рост делает данную сферу интересной для бизнеса, так или иначе связанного с обслуживанием данного рынка.

Для завлечения и удержания клиентов и партнеров, участники выставок применяют множество техник, в том числе, используют интерактивные зоны. Данные зоны могут

использовать и сочетать множество технологий, самыми востребованными в настоящее время считаются [4]:

- 1) Зеркальная вывеска для стенда;
- 2) Сенсорные киоски и консоли;
- 3) Гарнитуры виртуальной реальности (VR);
- 4) Игровые видео консоли;
- 5) Столы и станции беспроводной зарядки мобильных телефонов.

Данные технологии могут использоваться, как отдельные интерактивные зоны, так и как составная часть других более сложных зон. Конечно, существуют и другие технологии активно применяемые для привлечения внимания выставочным стендам.

Например, одним из последних трендов применяемых в качестве интерактивных зон стал «видеоспиннер». Он представляет собой неподвижную площадку, на которую становится человек, вокруг площадки вращается камера. Камера производит видеосъемку с высокой частотой кадров, данное видео замедляется в 8 раз по отношению к оригинальной скорости съемки, и через пару секунд человек, стоявший на площадке, получает готовое видео с необычным, замедленным, эффектом. Данное видео сразу можно отправить на адрес электронной почты. Данный продукт будет актуален как в сфере выставочной деятельности, так и в развлекательной, как площадка на праздничных мероприятиях.

Рост интереса основных игроков к новым технологическим решениям в данной сфере позволяет говорить о развитии рынка интерактивных зон в России, его перспективности для бизнеса.

### **Список литературы**

1. Сулейманова К.А. Российский выставочный рынок. Тенденции и перспективы. [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека «Киберленинка» URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnost-konkursnyh-proektov-kak-osnova-sovremennoy-ekspozitsionno-vystavochnoy-deyatelnosti-rossiyskih-muzeev> (дата обращения: 26.02.19).
2. Бизнес напоказ. [Электронный ресурс]: GeneralExpo.ru URL: <https://generalexpo.ru/news/articles/4919> (дата обращения: 26.02.19).
3. Смольный. [Электронный ресурс]: Деловой Петербург URL: [https://www.dp.ru/a/2015/12/04/Obem\\_kongressnogo\\_rinka](https://www.dp.ru/a/2015/12/04/Obem_kongressnogo_rinka) (дата обращения: 26.02.19).
4. Инновационная платформа Protoplan. [Электронный ресурс]. URL: <https://protoplan.pro/ru/blog/8-interaktivnykh-tehnologij-dlya-vystavok> (дата обращения: 26.02.2019).

Автор

А.В. Медведев

Научный руководитель

Л.В. Силакова

Руководитель образовательной программы

И.А. Кудинов