

АРХИТЕКТУРА ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ. ТВОРЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ АРХИТЕКТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / ARCHITECTURE OF BUILDINGS AND STRUCTURES. CREATIVE CONCEPTS OF ARCHITECTURAL ACTIVITY

DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.58.3>

О НОРМИРОВАНИИ ПЛОЩАДЕЙ ПОМЕЩЕНИЙ ДЕЛОВЫХ ЗОН ВЫСТАВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Научная статья

Ильина Е.А.^{1,*}

¹ Государственный Университет по Землеустройству, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (katerina-ilina[at]yandex.ru)

Аннотация

Понятие деловой зоны выставочных комплексов закрепилось в архитектурной практике, однако до сих пор отсутствуют регулирующие и методические документы, предлагающие количественные показатели площади для проектирования пространств и помещений в их составе. Event-менеджерами часто учитывается организационно-экономическая сторона мероприятия, без учета планировочного и эстетического качества отводимых под деловые мероприятия помещений. Поэтому в последние годы накопились и значительно усилились дискомфортные проявления в организации пространств (неудобное и трудно находимое расположение пространств, неприспособленность для проведения мероприятия, влияние посторонних шумов, слишком малая или слишком большая площадь помещения для проведения мероприятия). В данной статье предлагаются разработанные автором планировочные нормативы для определения площадей помещений и зон проведения деловых мероприятий на выставках.

Ключевые слова: деловая зона, выставочный комплекс, архитектурно-планировочное решение, деловые мероприятия на выставках.

ON STANDARDISATION OF FLOOR SPACES OF EXHIBITION COMPLEXES' BUSINESS AREAS

Research article

Ilina E.A.^{1,*}

¹ State University of Land Management, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (katerina-ilina[at]yandex.ru)

Abstract

The concept of a business zone of exhibition complexes is fixed in architectural practice, but there are still no regulatory and methodological documents that offer quantitative indicators of the area for the design of spaces and premises within them. Event-managers often take into account the organisational and economic side of the event, without considering the planning and aesthetic quality of the premises allocated for business events. Therefore, in recent years have accumulated and significantly increased discomfort in the organisation of spaces (inconvenient and hard to find location of spaces, unsuitable for the event, the influence of extraneous noise, too small or too large area of the room for the event). This article proposes the planning standards developed by the author to determine the areas of premises and areas for business events at exhibitions.

Keywords: business zone, exhibition complex, architectural and planning solution, business events at exhibitions.

Введение

Переход торговли в Интернет-пространство снизил количество посетителей выставок и деловых мероприятий в их составе. Все больше информации о продукте мы получаем «онлайн», поэтому привлечение «живой аудитории» как никогда актуально в связи с необходимостью повышения эффективности продвижения продукта в условиях импортозамещения и активного развития внутреннего рынка. Грамотная организация специализированных помещений и пространств в составе выставочных комплексов повысит привлекательность деловых мероприятий на выставках.

Нормирование площадей помещений деловых зон в составе выставочных комплексов как никогда актуально. Их планировочные решения заслуживают внимания архитекторов, т.к. деловые мероприятия в составе выставок, являются средством привлечения «целевых» посетителей и подписания контрактов. Удобство и комфорт посетителей зависит от соразмерности помещений (специализированных и трансформируемых пространств) программе и количеству участников деловых мероприятий. Конечно, формат мероприятий постоянно эволюционирует, внедряются «онлайн» форматы участия, используются видеозкраны, однако, они не заменяют «живого» взаимодействия. Вместе с тем, прибыль мероприятия полностью зависит от качества контента события, его идеи, упаковки и рекламы [8]. Цель статьи – повышение эффективности мероприятий за счет качественных архитектурных решений помещений для их проведения.

Методы исследования

В исследовании был проведен анализ технологических аспектов функционирования мероприятий в составе выставок коммерческой направленности (более 150 мероприятий), определены функциональные требования к помещениям информационно-деловых процессов и обслуживания участников. Большинство российских выставочных комплексов не имеет специализированных площадей, используя приспособление экспозиционных залов, в связи с чем использование нормативного показателя площади на одного участника позволит организаторам более эффективно использовать площадь помещений. Программой деловых мероприятий, помимо основных (конференц-залы,

аудитории, переговорные комнаты и пространства), задействуются площади под сопутствующее обслуживание в виде: кофе-брейков (перерыв не более 10 мин с подачей горячих напитков); фуршетов (приема пищи без рассадки за столом 40–60 мин), банкетов – приема пищи (с посадкой участников за столы продолжительностью 60–120 мин). Проведение мероприятий и сопутствующего обслуживания определяет деловая программа, в связи с чем требуется подготовка соответствующих по площади и оборудованию помещений (стационарных или приспособляемых). Планировка отводимых помещений должна быть направлена на создание комфортных соразмерных пространств, способствующих продуктивному взаимодействию.

Функциональные составляющие, определяющие потребности в площадях, представить в виде совокупности процессов: основного обслуживания – в виде деловых мероприятий в составе выставок, обслуживания сопутствующего; технологических, обеспечивающих функционирование пространственных составляющих мероприятий. В исследовании выявлено, что деловые мероприятия являются самостоятельным функциональным компонентом выставок. Они имеют сложную технологию проведения и различную степень связанности с экспозицией. Функции деловых мероприятий включают: информационные – предоставление участникам продукта деловой деятельности и сопутствующие: услуги пунктов питания (в виде кофе-брейков, фуршетов, банкетов); банковские услуги; услуги юридического сопровождения.

Предложены приемы создания планировочными средствами оптимальных условий усвоения информации. На основе графоаналитического анализа и разработанных нормативов предложены показатели для расчета площади помещений и пространств, исходя из количества приглашенных участников. Требования к площадям определены посредством разработки нормативов исходя из психологических, антропометрических и зрительных закономерностей усвоения информации, характера ее подачи, приемов расстановки мебели и оборудования.

Основные результаты исследования

Поскольку одним из критериев определения площади помещений является мебель и оборудование, в исследовании, в соответствии с технологией проведения, рекомендован набор мебели и оборудования: для переговорных комнат – столы с шириной рабочей поверхности 80–120 см, кресла 60х60 см; для аудиторий – столы с шириной рабочей поверхности 60–80 см, стулья 50х50 см, мультимедийное оборудование (проекторы, экраны, персональные компьютеры и пр.); для конференц-залов – кресла 60х60 см, мультимедийное оборудование. Высота основных помещений рекомендуется с учетом характера зрительного усвоения подаваемой участникам информации равной не менее 2,8 м [3].

Предлагается нормирование помещений деловых зон в составе выставочных комплексов по основным технологическим единицам (специализированным помещениям) [4]. Нормируемыми элементами предлагаются: конференц-залы, аудитории, переговорные комнаты [3]. Рекомендуемая площадь на одного участника приведена в таблице 1.

Таблица 1 - Предлагаемые нормативы минимальной площади на одного участника в зависимости от вида делового мероприятия

DOI: <https://doi.org/10.60797/mca.2025.58.3.1>

№	Наименование	Описание мероприятия	Длительность, мин.	Площадь, на одного участника, м ² /чел
1	Переговоры	Выработка договоренностей (2–12 участников)	15-45	2,1
2	Консультации	Уточнение информации о продукте (до 15 участников)	15-30	2,3
3	Мастер-классы	Тренинги по использованию продукта (10– 25 участников)	45-60	2,3
4	«Круглые столы»	Деловые беседы для обобщения идей и мнений (15–50 участников)	45-90	1,6
5	Конференции (научно-практические, партнерские, пресс-конференции)	Обсуждение актуальных проблем (25–100 участников)	45-90	1,6

Примечание: минимальная рабочая площадь банкетных залов - 3,2 м²/чел., помещений (зон) для кофе-брейков 2,6 м²/чел; высота помещений из условий зрительного усвоения информации не менее 2,8 м

При проектировании помещений важно учитывать доступность мероприятий и сокращение затрат времени участников на поиск места проведения в структуре выставочного комплекса. Здесь важна организация отдельного входа или доступность не более 3 мин от общей входной группы выставки с использованием современных средств навигации (электронных, визуальных) в отделке помещений. Организация транзита участников деловых мероприятий через экспозиционные залы нежелательна, т. к. целевые посетители ориентированы на посещение запланированного мероприятия, а потом уже на осмотр экспозиции. Это необходимо учитывать при организации маршрута посетителей.

Архитектурное решение деловой зоны, за счет своей функциональности, должно стать не просто фоном для бизнес-процессов, а динамичной и вдохновляющей средой, способствующей достижению договоренностей и подписанию новых коммерческих контрактов. Использование предлагаемых показателей расчета площадей позволит создать комфортные условия пребывания участников и оптимизировать, арендуемую для этих целей площадь. Здесь грамотное определение площади необходимых помещений играет ключевую роль в успешной организации мероприятий, т.к. это определяет и затраты организаторов и результативность информационной составляющей мероприятия.

Внедрение нормативов площади в проектную практику – это стратегически важный шаг к оптимизации используемых пространств и повышению результативности, с целью повышения вовлеченности и мотивации участников, что напрямую отразится на результатах. Для успеха бизнес-мероприятия, кроме организационной эффективности, необходимо удачное соответствие формата проведения встречи и ее задач.

Изменчивость информационных составляющих деловых мероприятий и форм подачи информации ввиду сменяемости выставок определяет потребность в трансформациях основных площадей предназначенных для проведения деловых мероприятий. Оптимальные пространственные параметры для проведения мероприятий в рамках одной выставки, не означают существования оптимальных условий для большинства других выставок. Это означает постоянную необходимость трансформации. Трансформация возможна за счет монтажа-демонтажа передвижных перегородок и быстровозводимых конструкций, как по горизонтали (объединение/расчленение пространства), так и по вертикали (устройство дополнительных уровней, подиумов, балконов). Качество помещений и пространств при их трансформации должна обеспечиваться единым уровнем информационно-технической оснащенности, шумозащищенностью и доступностью помещений для участников. При проектировании деловой зоны важно предусматривать возможность получения участниками дополнительных или сопутствующих услуг (банковских, юридических, логистических, гостиничных и т.д.).

Благоприятные условия для участников обеспечиваются путем создания комфортного пространства, включая функциональный, психологический и эстетический комфорт помещений. Функциональный комфорт – удобство эксплуатации помещения (зоны) участниками. Он обеспечивает осуществление процессов, разделение которых по функциям выполняется планировочными средствами. Немаловажную роль играет эргономика организации пространства основных помещений, основные положения которой необходимо применять в расстановки мебели и оборудования, учитывая визуальный комфорт участников и характер размещения.

Психологический комфорт, создаётся оптимальным для организма человека сочетанием температуры, влажности, уровнем шума не выше 45 Дб. Этот показатель очень важен, т.к. в рамках выставок нередко проводятся шумные массовые и рекламные мероприятия, соседство с которыми накладывает требования к шумозащите помещений и использованию новейших шумопоглощающих материалов в элементах перегородок, стен, потолков.

Не менее важны при создании деловых зон архитектурно-художественные решения, сочетающие отделку и информационные средства (видео-панели, рекламные щиты и т.д.), включаемые в интерьер. Эстетическое воздействие пространственной среды является решающим фактором при формировании благоприятной для человека среды. Поэтому характер интерьеров должен способствовать ориентации участников деловых мероприятий на выставке, создавать ощущение комфорта на мероприятиях. Архитектурными приемами должны быть созданы удобные коммуникации для быстрого перехода в экспозиционные пространства.

Современные архитектурные решения, позволяют оптимизировать использование площадей деловой зоны, обеспечивая их многофункциональность и гибкость, адаптируемость под разные форматы мероприятий, станут инструментом удовлетворения растущих требований бизнеса. А оформление интерьеров, выполненное в соответствии с актуальными тенденциями на основе предлагаемых выводов исследования, создаст привлекательную визуальную среду, способствующую запоминанию брендов и увеличению интереса к выставочным экспонатам.

Заключение

Таким образом, внедрение нормирования площади на одного участника, понятия доступности и понятия психологического, функционального и эстетического комфорта помещений будет способствовать улучшению эффективности проведения деловых мероприятий на выставках.

Предлагаемые показатели площадей, призваны решить проблему недостаточно высокой эффективности деловых мероприятий. Внедрение предложенных нормативов позволит архитекторам и event-менеджерам создавать более функциональные, удобные и соразмерные пространства, способствующие продуктивному взаимодействию участников деловых мероприятий. Это, в свою очередь, положительно скажется на результативности выставок, привлечении целевой аудитории и заключении контрактов, что особенно важно при необходимости развития внутреннего рынка.

Дальнейшие исследования направлены на изучение влияния планировочных решений на эффективность деловых мероприятий, а также на разработку рекомендаций по адаптации планировочных решений выставочных комплексов.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Андреева И.В. Технологии выставочной деятельности: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, уровень высшего образования бакалавриат, квалификация: бакалавр / И.В. Андреева; Челяб. гос. ин-т культуры. — Челябинск: ЧГИК, 2018. — 205 с.
2. Ильвицкая С.В. Принципы формообразования медиапространств в архитектуре / С.В. Ильвицкая, А.Е. Кукушин // Архитектура и время. — 2017. — № 2. — С. 14–16.
3. Ильина Е.А. Пространственное решение выставок и восприятие выставочной информации / Е.А. Ильина // Молодой ученый. — 2009. — № 4 (4). — С. 85–88.
4. Ильина Е.А. Архитектурно-типологическая организация деловой зоны выставочного комплекса: автореф. дис. ... канд. архитектуры: 05.23.21 / Е.А. Ильина. — Москва, 2012. — 29 с.
5. Каспина О.Г. Применение современных презентационно-мультимедийных технологий в выставочной деятельности МЧС России / О.Г. Каспина, А.И. Миронова, Е.О. Смирнова и др. // Актуальные вопросы пожарной безопасности. — 2020. — № 4 (6). — С. 75–79.
6. Мариняк С.О. Организация международных научных мероприятий как положительный экономический эффект в деятельности организаций / С.О. Мариняк // Научные труды Института непрерывного профессионального образования. — 2015. — № 5. — С. 167–171.
7. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности / В.Г. Петелин. — Москва : Юнити-Дана, 2005. — 448 с.
8. Пржибыльская А.О. Актуальные аспекты организации выставочных пространств / А.О. Пржибыльская, О.А. Предохина // Сборник: Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. — 2024. — Т. 2. — С. 224–227.
9. Румянцев Д. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев, Н. Франкель. — Москва : Издательство «Питер», 2017. — 211 с.
10. Чарыева М.О. Как накормить миллион гостей. Организация питания на массовых мероприятиях / М.О. Чарыева. — Москва : Ресторанные ведомости, 2015. — 248 с.
11. Проведение деловых встреч // Экспоцентр. Москва. — URL: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17001/> (дата обращения: 19.12.2024)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Andreeva I.V. Tekhnologii vystavochnoy deyatel'nosti [Technologies of Exhibition Activity] : A Textbook for Students Enrolled in the Field of Study 51.03.03 Socio-Cultural Activities, Undergraduate Level, Qualification: Bachelor / I.V. Andreeva; Chelyab. State inst. of Culture. — Chelyabinsk: ChGIK, 2018. — 205 p. [in Russian]
2. Il'vitskaya P.V. Printsipy formoobrazovaniya mediaprostranstv v arkhitekture [Principles of Forming Media Spaces in Architecture] / P.V. Il'vitskaya, A.E. Kukushin // Arkhitektura i vremena [Architecture and Time]. — 2017. — № 2. — P. 14–16. [in Russian]
3. Il'ina E.A. Prostranstvennoe reshenie vystavok i vospriyatie vystavochnoy informatsii [Spatial Design of Exhibitions and Perception of Exhibition Information] / E.A. Il'ina // Molodoy uchenyy [Young Scientist]. — 2009. — № 4 (4). — P. 85–88. [in Russian]
4. Il'ina E.A. Arkhitekturno-tipologicheskaya organizatsiya delovoy zony vystavochnogo kompleksa [Architectural and Typological Organization of the Business Zone of an Exhibition Complex] : Abstract of a Dissertation for the Degree of Candidate of Architecture: 05.23.21 / E.A. Il'ina. — Moscow, 2012. — 29 p. [in Russian]
5. Kaspina O.G. Primenenie sovremennykh prezentatsionno-mul'timednykh tekhnologiy v vystavochnoy deyatel'nosti MChS Rossii [Application of Modern Presentation and Multimedia Technologies in the Exhibition Activities of the Russian Ministry of Emergency Situations] / O.G. Kaspina, A.I. Mironova, E.O. Smirnova et al. // Aktual'nyye voprosy pozharnoy bezopasnosti [Topical Issues of Fire Safety]. — 2020. — № 4 (6). — P. 75–79. [in Russian]
6. Marinyak P.O. Organizatsiya mezhdunarodnykh nauchnykh meropriyatiy kak polozhitel'nyy ekonomicheskiy effekt v deyatel'nosti organizatsiy [Organization of International Scientific Events as a Positive Economic Effect in the Activities of Organizations] / P.O. Marinyak // Nauchnyye trudy Instituta nepreryvnogo professional'nogo obrazovaniya [Scientific works of the Institute of Continuing Professional Education]. — 2015. — № 5. — P. 167–171. [in Russian]
7. Petelin V.G. Osnovy menedzhmenta vystavochnoy deyatel'nosti [Fundamentals of Exhibition Management] / V.G. Petelin. — Moscow : Yuniti-Dana, 2005. — 448 p. [in Russian]
8. Przybyl'skaya A.O. Aktual'nyye aspekty organizatsii vystavochnykh prostranstv [Current Aspects of Organizing Exhibition Spaces] / A.O. Przybyl'skaya, O.A. Predokhina // Sbornik: Novyye idei novogo veka: materialy mezhdunarodnoy

nauchnoy konferentsii FAD TOGU [Collection: New ideas of the new century: Proceedings of the International Scientific Conference of the Department of Fine Arts of TOSU]. — 2024. — Vol. 2. — P. 224–227. [in Russian]

9. Rumyantsev D. Event-marketing. Vse ob organizatsii i prodvizhenii sobyiy [Event Marketing: Everything About Organizing and Promoting Events] / D. Rumyantsev, N. Frankel'. — Moscow : Publishing house «Piter», 2017. — 211 p. [in Russian]

10. Charyeva M.O. Kak nakormit' million gostey. Organizatsiya pitaniya na massovykh meropriyatiyakh [How to Feed a Million Guests: Organizing Catering for Mass Events] / M.O. Charyeva. — Moscow : Restorannyye vedomosti, 2015. — 248 p. [in Russian]

11. Provedeniye delovykh vstrech [Conducting Business Meetings] // Expocenter. Moscow. — URL: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17001/> (accessed: 19.12.2024) [in Russian]