

## Методика оценки социальной эффективности выставочной деятельности

**Воронцова Юлия Владимировна**

Канд. экон. наук, доц. каф. управления в сфере культуры, кино, телевидения и индустрии развлечений  
ORCID: 0000-0001-7995-6395, e-mail: jvms2008@yandex.ru

**Гарбуз Дарина Сергеевна**

Студент  
ORCID: 0009-0002-5102-5593, e-mail: darinagarbuz2001@gmail.com

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

### Аннотация

Повышение эффективности выставочной деятельности является довольно сложной и многоцелевой задачей, требующей учета множества факторов и использования различных методов, инструментов. Для достижения успеха в этой области необходимо применять комплексный подход, учитывая взаимосвязь между экономической и социальной эффективностью выставочной деятельности, а также использовать инновационные технологии и новейшие методы исследования. В статье представлена разработанная авторами методика количественной оценки социальной эффективности, которая носит комплексный характер и включает в себя также расчет чувствительности выделенных элементов социальной эффективности к изменениям различного рода. Расчет показателей социальной значимости выставки позволяет оценить ее влияние на общество и определить, насколько она способствует развитию культуры, освещению актуальных тем, приобщению широких слоев населения к культурным и научным достижениям. Методика количественной оценки эффективности выставочной деятельности, основанная на расчёте интегрального показателя социальной эффективности, может быть дополнена методиками организационного обеспечения выставочного процесса, метапланирования и оценки рисков.

### Ключевые слова

Влияние, выставочная деятельность, количественная оценка, комплексный подход, методика, показатель, риск, социальная значимость, социальная эффективность, чувствительность к воздействию

**Для цитирования:** Воронцова Ю.В., Гарбуз Д.С. Методика оценки социальной эффективности выставочной деятельности // Вестник университета. 2023. № 7. С. 207–213.

# Methodology for assessing the social effectiveness of exhibition activity

**Yulia V. Vorontsova**

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Department of Management in the Field of Culture, Cinema,  
Television and Entertainment Industry  
ORCID: 0000-0001-7995-6395, e-mail: [jvms2008@yandex.ru](mailto:jvms2008@yandex.ru)

**Darina S. Garbuz**

Student  
ORCID: 0009-0002-5102-5593, e-mail: [darinagarbuz2001@gmail.com](mailto:darinagarbuz2001@gmail.com)

State University of Management, Moscow, Russia

## Abstract

Improving the exhibition activity efficiency is a rather complex and multi-purpose task that requires taking into account many factors and using various methods and tools. To achieve success in this field, it is necessary to apply an integrated approach, considering the relationship between the economic and social effectiveness of exhibition activity, as well as to use innovative technologies and the latest research methods. The article presents the methodology developed by the authors for the quantitative assessment of social efficiency, which is complex and also includes the calculation of the selected elements' sensitivity of social efficiency to different changes. The indicators' calculation of the exhibition social significance the makes it possible to assess its impact on society and determine how much it contributes to the development of culture, coverage of topical issues and familiarization of the general population with cultural and scientific achievements. The quantitative assessment methodology of the exhibition activity effectiveness based on the calculation of the social efficiency integral indicator can be supplemented with methods of organizational support of the exhibition process, meta-planning and risk assessment.

## Keywords

Influence, exhibition activity, quantitative assessment, integrated approach, methodology, indicator, risk, social significance, social effectiveness, sensitivity to impact

**For citation:** Vorontsova Yu.V., Garbuz D.S. (2023) Methodology for assessing the social effectiveness of exhibition activity. *Vestnik universiteta*, no. 7, pp. 207–213.



## ВВЕДЕНИЕ

Современная выставочная деятельность играет важную роль в культурной жизни общества. Выставки позволяют изучать и демонстрировать культурное наследие человечества, новые идеи и технологические достижения, а также развивают вкус и способствуют расширению кругозора, формированию ценностей, развитию творческих и интеллектуальных способностей посетителей всех возрастов [1]. Повышение значимости выставочной деятельности является одним из ключевых направлений, которое связано с расчетом социальной эффективности. В связи с этим научная значимость предлагаемого исследования состоит в изучении различных подходов к оценке социальной эффективности выставочной деятельности, в выявлении основных ее показателей, а также в разработке методики количественной оценки эффективности выставочной деятельности на основе расчета интегрального показателя социальной эффективности.

## ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Повышение эффективности выставочной деятельности является довольно сложной и многоцелевой задачей, требующей учета множества факторов и использования различных методов, инструментов. Для достижения успеха в этой области необходимо применять комплексный подход, учитывая взаимосвязь между экономической и социальной эффективностью выставочной деятельности, а также использовать инновационные технологии и новейшие методы исследования [2; 3].

Взгляды авторов научной литературы на тему повышения эффективности выставок являются довольно разнообразными, а также отсутствует универсальный инструментарий для расчета социальной эффективности подобного рода проектов. Большинство имеющихся методик дают оценку социальной эффективности либо посредством субъективного мнения относительно определения качественных показателей, либо посредством оценки косвенных последствий реализации проекта, имеющего социальную направленность [4–8].

Так, например, Г.А. Тульчинский, рассматривая проблемы и методы анализа эффективности управления в сфере культуры, указывает, что с некоторой степенью условности виды эффективности могут различаться, обозначая экономичность, результативность или целесообразность [8]. Основываясь на этих рассуждениях, О.А. Кокол при оценке эффективности выставочной деятельности рассматривает следующие 3 критерия: посещаемость, экономичность выставок, а также педагогическое воздействие на личность посетителя [5; 6]. При этом все 3 характеристики находятся во взаимозависимости. Исследователи Г.А. Тульчинский и Е.А. Шекова используют методику оценки социальной эффективности проекта, предусматривающую расчет качественных показателей, подтверждающих социальную значимость проекта [8]. Однако свою методику ученые применяют для культурных учреждений в целом, а не для отдельно взятого мероприятия. Социальный эффект в данном случае проявляется в повышении доступности культурно-досуговых услуг для населения. Н.Ю. Ковалевская, Г.В. Хомкалов в своей научной работе рассчитывают социальную эффективность для культурных бюджетных учреждений, выделяя такие показатели, как обеспеченность услугами, цены на услуги проекта, повышение уровня занятости, качество предоставления услуг и прочие [9].

В связи с этим появилась необходимость в разработке методики количественной оценки эффективности выставочной деятельности, основанной на расчете интегрального показателя социальной эффективности.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Разработанная авторами статьи методика носит комплексный характер и включает в себя также расчет чувствительности выделенных элементов социальной эффективности к изменениям различного рода. В соответствии с разработанной методикой каждой из составляющих присваивается рекомендуемый удельный вес для расчета средневзвешенного значения. Для определения значения показателей привлекались эксперты в сфере выставочной деятельности, которые выставяли баллы согласно разработанной шкале от 0 % до 100 %.

Ранжирование в шкале от 0 % до 100 % означает, что:

- показатель в промежутке от 0% до 30% – имеет небольшое значение для определения социальной эффективности;

- показатель в промежутке от 31 % до 60 % – имеет среднее значение;
- показатель в промежутке от 61 % до 90 % – имеет большое значение;
- показатель в промежутке от 91 % до 100 % – имеет самое большое значение.

В данной методике коэффициент социальной эффективности ( $C_{SE}$ ) рассчитывается как средневзвешенное значение показателей социальной эффективности (1):

$$C_{SE} = \sum_{i=1}^n (ISE_i \cdot W_i), \quad (1)$$

где  $ISE_i$  – значение  $i$ -го показателя социальной эффективности (в %);  $W_i$  – вес  $i$ -го показателя/показателей;  $n$  – количество показателей;  $i$  – номер показателя.

Значение коэффициента  $C_{SE}$  должно быть равно не менее 51 %.

## РАСЧЕТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ, СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ВЫСТАВОЧНОГО ПРОЕКТА

Для определения коэффициента социальной значимости необходимо составить перечень показателей социальной значимости, а также показателей социальной эффективности для расчета их средневзвешенных значений (табл. 1 и 2).

Таблица 1

Показатели социальной значимости проекта

Наименование показателя	Вес (значимость)	Значение в соответствии со шкалой, %	Взвешенное значение, %	Характеристика (содержание) показателя	Средневзвешенное значение, %
Цены на услуги проекта	0,05	30	1,5	Показывает уровень цен на услуги проекта по сравнению с ценами на аналогичные услуги, предоставляемые конкурентами	70,4
Доступность	0,25	57,5	14,4	Культурные проекты должны быть доступны для максимально широкой аудитории; может включать доступность на финансовом, географическом, социальном и культурном уровнях	
Равный доступ	0,05	80	16	В рамках культурных проектов необходимо обеспечить равенство прав на доступ к услугам и ресурсам для всех слоев населения	
Воздействие на общественное мнение	0,1	62,5	6,25	Может быть отражением влияния темы выставки на мнение общественности и дискуссии, возникшие вокруг выставки	
Качество предоставления услуг	0,2	92,5	18,5	Культурные проекты должны обеспечивать высокое качество своего содержания и формы, чтобы привлечь и удерживать внимание, интерес участников	
Поддержка культурных и научных инициатив	0,05	72,5	3,6	Может быть определена по степени вовлеченности спонсоров, партнеров, фондов и других организаций в поддержку выставки	
Повышение уровня занятости	0,15	67,5	10,1	Отражает долю рабочих мест по проекту в общей численности занятых в регионе	

Составлено авторами по материалам исследования

Определение показателей социальной значимости выставки позволяет оценить ее влияние на общество и определить, насколько выставка способствует развитию культуры, освещению актуальных тем, приобщению широких слоев населения к культурным и научным достижениям. Эта информация может быть полезна музеям и другим организаторам выставок для понимания того, что именно интересует аудиторию, на какие темы следует обратить внимание, какие направления развития выбрать [10; 11]. Кроме того, знание показателей социальной значимости выставки может быть важным аргументом для организации финансирования, привлечения грантов и спонсорства. Эти показатели помогут оценить социальную значимость выставки с разных точек зрения и понимания ее роли в обществе.

Таблица 2

## Показатели социальной эффективности проекта

Наименование показателя	Вес (значимость)	Значение в соответствии со шкалой, %	Взвешенное значение, %	Характеристика (содержание) показателя	Средневзвешенное значение (%)
Количество посетителей выставки	0,25	82,5	20,6	Главный показатель успеха; рассчитывается согласно количеству проданных билетов по их полной стоимости, а также по льготным категориям и приглашениям; для учета посетителей ведется список проданных билетов онлайн и офлайн	75,8
Количество участников, посетивших выставку повторно	0,1	80	8	Повторную посещаемость можно зафиксировать через онлайн-продажи, если с одной электронной почты приобретались билеты несколько раз и на разные даты; в комментариях и отзывах посетители могут указать на повторное посещение	
Уровень удовлетворенности посетителей	0,05	60	3	Определяется на основе отзывов и оценок, оставленных посетителями после посещения выставки; важно учитывать количество и характер комментариев	
Уровень медиа охвата	0,1	92,5	9,25	Количество упоминаний/цитируемость в средствах массовой информации; характер цитирования аналогичен заявленным социальным целям выставки; учитывается степень влияния цитирующих ресурсов	
Вовлеченность аудитории до, в ходе и после мероприятия	0,2	65	13	Экспертная оценка; учитывается количество сообщений и упоминаний в социальных сетях, таких как теги, репосты и лайки; важен характер упоминания	
NPS – Индекс потребительской лояльности	0,05	85	4,25	Показывает вероятность того, что посетители выставки порекомендуют ее своим друзьям, коллегам или семье; использование опросов	
Социальная значимость	0,25	70,4	17,6	Оценивает, как выставка способствует образованию, культурному развитию и социальной интеграции разных групп людей	

Составлено авторами по материалам исследования

По представленной формуле (1) коэффициент социальной эффективности составит 73,1 %.

Значение коэффициента  $C_{SE} > 0,5$  (50 %), что в соответствии с методикой подтверждает социальную эффективность проекта (интерактивной выставки для детей).

Показатели социальной эффективности можно повышать путём целенаправленного воздействия на отдельные составляющие элементов социальной значимости.

Колебания значений соответствующих показателей будут характеризовать чувствительность проектируемого мероприятия к воздействию, что позволит говорить об уровне социальной эффективности мероприятия во времени [12]. Из табл. 3 видно, что изменения показателей колеблются в пределах допустимого уровня.

Таблица 3

### Чувствительность социального выставочного проекта к воздействию

Изменение уровня доступности					
Изменение в пределах, %	Показатель доступности, %		Социальная значимость, %		Процент изменения, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
-10	57,5	51,75	70,4	68,9	-2,3
+10	57,5	63,26	70,4	71,8	+2
Изменение уровня качества предоставления услуг					
Изменение в пределах, %	Показатель качества предоставления услуг, %		Социальная значимость, %		Процент изменения, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
-10	90	80	70,4	68,5	-2,7
+10	90	100	70,4	72,5	+3
Изменение уровня воздействия на общественное мнение					
Изменение в пределах, %	Показатель уровня воздействия на общественное мнение, %		Социальная значимость, %		Процент изменения, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
-10	62,5	56,25	70,4	69,7	-1
+10	62,5	68,75	70,4	71	+0,9
Изменение показателя социальной значимости					
Изменение в пределах, %	Показатель социальной значимости, %		Социальная эффективность, %		Процент изменения, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
-10	70,4	63,36	75,8	73,9	-2,5
+10	70,4	77,4	75,8	77,4	+2,1

Составлено авторами по материалам исследования

Следует отметить, что представленная интегрированная методика носит универсальный характер и была апробирована на нескольких культурно-выставочных проектах.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение нужно отметить, что разработанная авторами методика количественной оценки эффективности выставочной деятельности, основанная на расчёте интегрального показателя социальной эффективности, может быть дополнена методиками организационного обеспечения выставочного процесса, метапланирования и оценки рисков. Набор измеримых показателей-характеристик может изменяться (либо быть дополнен) в зависимости от целей культурного мероприятия. Результаты проведенных расчетов по разработанной модели позволяют принимать обоснованные управленческие решения по повышению эффективности выставочных мероприятий в частности, а также выставочной деятельности в целом.

## Библиографический список

1. Галкина Т.В. *Музееведение: основы создания экспозиции: учебно-методическое пособие для студентов исторических факультетов вузов.* Томск: Томский государственный педагогический университет; 2004. 56 с.
2. Васина, С.Е. Культурно-досуговая деятельность. *Система ценностей современного общества.* 2010;16:5–8.
3. Корнилова К.С. Музейно-выставочная деятельность в системе маркетинговых коммуникаций. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика.* 2019;2:113–115.
4. Ковалевская Н.Ю., Хомкалов Г.В. Методические аспекты оценки социальной эффективности инвестиций. *Baikal Research Journal.* 2020;4:4–7.
5. Кокол О.А. Выставочная деятельность музея как инструмент формирования социально-культурной среды региона. В сб.: *Современный взгляд на науку и образование.* М.: Издательство «Перо»; 2019. С. 123–126.
6. Кокол О.А. *Основные критерии оценки эффективности деятельности музея, как социально-культурного учреждения.* Пятигорск: Пятигорский государственный университет; 2019. С. 3–4.
7. Лучков Н.А. Возможные критерии оценки эффективности онлайн-выставок. *Журнал Института Наследия.* 2021;1(24):4–5.
8. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. *Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие.* 4-е изд., перераб. и доп. СПб.: Издательство «Лань»; 2009. 528 с.
9. Ковалевская Н.Ю., Хомкалов Г.В. Методические аспекты оценки социальной эффективности инвестиций. *Baikal Research Journal.* 2020; 4:4–7.
10. Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. *Менеджмент творческих индустрий: учебное пособие.* М.: Государственный университет управления; 2023. 439 с.
11. Лорд Б. *Менеджмент в музейном деле: учебное пособие.* Пер. с англ. Гусинского Э.Н., Турчанинова Ю.И. М.: Логос; 2002. 255 с.
12. Корякин А.С. Анализ чувствительности инвестиционного проекта. *Символ науки.* 2016;6(1):5–7.

## References

1. Galkina T.V. *Museology: the basics of creating an exhibition: educational and methodical manual for students of historical faculties* Tomsk: Tomsk State Pedagogical University; 2004 (In Russian).
2. Vasina S.E. Cultural and leisure activities. *The value system of modern society.* 2010;16:5–8 (In Russian).
3. Kornilova K.S. Museum and exhibition activity in the system of marketing communications. *Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism.* 2019;2:113–115 (In Russian).
4. Kovalevskaia N.Yu., Khomkalov G.V. Methodological aspects of assessing the social effectiveness of investments. *Baikal Research Journal.* 2020;4:4–7. (In Russian).
5. Kokol O.A. Exhibition activity of the museum as a tool for the formation of the social and cultural environment of the region. In: *Modern view on science and education.* Moscow: Pero Publ. House; 2019. Pp. 123–126 (In Russian).
6. Kokol O.A. *The main criteria for evaluating the effectiveness of the museum as a social and cultural institution.* Pyatigorsk: Pyatigorsk State University; 2019. Pp. 3–4 (In Russian).
7. Luchkov N.A. Possible evaluation criteria effectiveness of online exhibitions. *Journal of the Heritage Institute.* 2021;1(24):4–5 (In Russian).
8. Tulchinsky G.L., Shekova E.L. *Management in the field of culture: textbook,* 4<sup>th</sup> ed., revised and enlarged. St. Petersburg: Publ. house Lan; 2009 (In Russian).
9. Kovalevskaia N.Yu., Khomkalov, G.V. Methodological aspects of assessing the social effectiveness of investments. *Baikal Research Journal.* 2020; 4:4–7 (In Russian).
10. Arakelyan A.M., Vorontsova Yu.V., Krysov V.V. *Management of creative industries: textbook.* Moscow: State University of Management; 2023 (In Russian).
11. Lord B. *Management in museum business: textbook.* Trans. from Eng. Gusinsky E.N., Turchaninov Yu.I. Moscow: Logos; 2002 (In Russian).
12. Koryakin A.S. Sensitivity analysis of the investment project. *A symbol of science.* 2016;6(1):5–7 (In Russian).