

Вестник НГУЭУ. 2024. № 1. С. 90–100  
Vestnik NSUEM. 2024. No. 1. P. 90–100

Научная статья  
УДК 338.48  
DOI: 10.34020/2073-6495-2024-1-090-100

## ИННОВАЦИИ В КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Карпов Дмитрий Анатольевич

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого*

karpov\_da@spbstu.ru

**Аннотация.** В статье представлена характеристика новых подходов и технологий в конгрессно-выставочной деятельности. В результате проведенного исследования ряда научных источников представлен авторский подход к систематизации инноваций в конгрессно-выставочной деятельности, который предусматривает разделение их на четыре основные группы: технологические, коммуникационные, устойчивые, организационные инновации. Представлена характеристика и возможности наиболее актуальных с точки зрения повышения эффективности конгрессно-выставочной деятельности инноваций. Предложена методика для успешной реализации новых подходов и технологий в конгрессно-выставочной деятельности в России.

**Ключевые слова:** конгрессно-выставочная деятельность, инновации, виртуальные и гибридные выставки, иммерсивные технологии, бесконтактные решения

**Для цитирования:** Карпов Д.А. Инновации в конгрессно-выставочной деятельности: новые подходы и технологии // Вестник НГУЭУ. 2024. № 1. С. 90–100. DOI: 10.34020/2073-6495-2024-1-090-100.

Original article

## INNOVATIONS IN CONGRESS AND EXHIBITION ACTIVITIES: NEW APPROACHES AND TECHNOLOGIES

Karpov Dmitry A.

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*

karpov\_da@spbstu.ru

**Abstract.** The article presents the characterization of new approaches and technologies in congress and exhibition activities. As a result of the conducted research of a number of scientific sources, the author's approach to the systematization of innovations in congress and exhibition activities is presented, which provides their division into four main groups: technological, communication, sustainable, organizational innovations. Characteristics and possibilities of the most relevant innovations from the point of view of increasing the efficiency of congress and exhibition activities are presented. The methodology for successful realization of new approaches and technologies in congress and exhibition activity in Russia is offered.

---

© Карпов Д.А., 2024

**Keywords:** congress and exhibition activity, innovations, virtual and hybrid exhibitions, immersive technologies, contactless solutions

**For citation:** Karpov D.A. Innovations in congress and exhibition activities: new approaches and technologies. *Vestnik NSUEM*. 2024; (1): 90–100. (In Russ.). DOI: 10.34020/2073-6495-2024-1-090-100.

Конгрессно-выставочная деятельность уже давно стала для предприятий жизненно важной платформой для демонстрации своих продуктов и услуг, налаживания связей с профессионалами отрасли и изучения новых рыночных возможностей. Однако технологии продолжают развиваться беспрецедентными темпами, все это вносит значительные изменения и в развитие конгрессно-выставочной деятельности. Особую актуальность новые подходы и технологии конгрессно-выставочной деятельности получили на фоне пандемии COVID-19, когда многие выставочные и конгрессные мероприятия были отменены или перенесены в онлайн-формат. Когда площадки закрылись, организаторам выставок пришлось перейти на цифровые платформы, а виртуальные и гибридные выставки стали новой нормой.

Новые технологии, такие как искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, бесконтактные функции, живые чаты с другими участниками, экспонентами и другие инструменты способствовали созданию более интерактивной и интересной среды для посетителей, упростили многие административные задачи и ускорили процессы. На текущем этапе внедрение высокотехнологичных решений является ключевым фактором для дальнейшего развития индустрии конгрессно-выставочной деятельности. Это позволяет не только улучшить качество проводимых мероприятий, но и расширить географию участников, привлекая новые компании и страны. Использование современных технологий также способствует более эффективному взаимодействию между участниками выставок и конгрессов, что в свою очередь приводит к увеличению числа заключенных сделок и соглашений.

Все это говорит о необходимости проведения научных исследований в области изучения новых технологий и подходов к организации конгрессно-выставочной деятельности, что позволит сформировать базу знаний об инновациях в конгрессно-выставочной деятельности и использовать их в практике. Результаты исследования могут быть полезными для организаторов мероприятий, маркетологов и других заинтересованных сторон, которые стремятся улучшить свою деятельность и оказать более эффективное влияние на рынок.

Прежде всего, необходимо отметить, что технология проведения мероприятий в конгрессно-выставочной деятельности включает в себя широкий спектр цифровых инструментов, программных платформ и устройств, используемых для оптимизации и улучшения планирования, управления и проведения мероприятий. Цель использования технологий проведения мероприятий – повысить общее качество обслуживания участников как личных, гибридных, так и виртуальных мероприятий.



Авторский подход к систематизации инноваций в конгрессно-выставочной деятельности  
 The author's approach to systematizing innovations in congress and exhibition activities

Проведенный анализ ряда научных источников, посвященных исследованию инноваций в конгрессно-выставочной деятельности, позволил систематизировать их, разделив на четыре основные группы (рисунок).

Рассмотрим самые интересные с точки зрения повышения эффективности конгрессно-выставочной деятельности инновации более подробно.

Одним из особенно заметных достижений в индустрии выставок является появление *виртуальных и гибридных выставок*. Виртуальные выставки предоставляют возможность присутствовать и участвовать в выставках из любой точки мира, устраняя необходимость в командировочных расходах и логистических проблемах [6]. Эти мероприятия предлагают посетить выставку с помощью технологий виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR), позволяя исследовать виртуальные стенды, взаимодействовать с продуктами и участвовать в беседах в реальном времени.

Компании, занимающиеся технологиями проведения мероприятий, добились также значительных успехов в своих предложениях потокового вещания для проведения виртуальных мероприятий. Большинство компаний предлагает комплексные решения, позволяющие легко переключаться между виртуальными и гибридными мероприятиями, синхронизировать несколько мест с живой аудиторией, легко комбинировать живое и предварительно записанное видео и интегрировать потоковый сервис.

Однако, как уже было отмечено в предыдущих исследованиях [3], онлайн-формат не способен полноценно заменить конгрессно-выставочные мероприятия, где имеет значение не только деловая повестка, но крайне важна атмосфера. В этой связи особо актуальным представляется проведение гибридных выставок.

Гибридные выставки сочетают в себе как физические, так и виртуальные элементы, предлагая экспонентам и посетителям смешанные впечатления. Такой подход обеспечивает более широкий охват, поскольку можно участвовать виртуально наряду с физически присутствующими [7].

В последние годы гибридные выставки получили свое распространение и в России. Начали появляться различного рода коммуникационные платформы для проведения цифровых и гибридных событий, отраслевых и территориальных мероприятий (например, [expoday.online](http://expoday.online), СК-ИНФОРМИКА, [onlineexpo.com](http://onlineexpo.com) и т.п.).

Гибридные выставки обеспечивают гибкость, удобство и доступность для всех участников и посетителей [8]. Они сочетают в себе преимущества как физической, так и онлайн-выставки, что позволяет предоставить уникальные возможности для партнерства и обмена опытом в сфере бизнеса, науки, искусства и культуры.

Здесь необходимо отметить, что инновации в конгрессно-выставочной деятельности начинают использоваться уже на этапе планирования мероприятия. Организаторы мероприятий все чаще обращаются к программному обеспечению для *создания масштабных 3D-рендерингов своих пространств* для мероприятий. Такие функции, как функция перетаскивания, 3D-проходы, дизайн сидений и сцен, отображение стенда и поставщиков, экономят время на подготовку мероприятия и предоставляют организаторам мероприятий мощный инструмент для продвижения своего мероприятия потенциальным спонсорам.

Еще одной важной инновацией в конгрессно-выставочной деятельности является *использование чат-ботов на базе искусственного интеллекта и анализ данных*. Искусственный интеллект (ИИ) меняет способы взаимодействия экспонентов выставок со своей целевой аудиторией. Чат-боты и виртуальные помощники на базе искусственного интеллекта могут мгновенно предоставлять информацию, отвечать на запросы и направлять посетителей по виртуальному или физическому выставочному пространству. Эти интеллектуальные системы используют обработку естественного языка (NLP) для понимания вопросов посетителей и ответа на них.

Кроме того, искусственный интеллект позволяет экспонентам собирать и анализировать огромные объемы данных о предпочтениях и поведении посетителей. Эти данные можно использовать для адаптации рекоменда-

ций по продуктам, улучшения маркетинговых стратегий и оптимизации общего опыта выставки.

*Иммерсивные технологии, такие как виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR), превращают выставки в увлекательные и интерактивные мероприятия. VR позволяет экспонентам создавать виртуальные среды, копирующие физические стенды на выставках, посетители могут исследовать продукты и взаимодействовать с ними так, как если бы они находились там лично. Эта технология дает возможность пользователю погрузиться в искусственный мир и непосредственно действовать в нем с помощью специальных сенсорных устройств, которые связывают его движения с аудиовизуальными эффектами [2]. AR накладывает цифровую информацию на реальный мир, дополняя физическое выставочное пространство интерактивными элементами, демонстрациями продуктов и информативными дисплеями.*

Дополненная и виртуальная реальность способна выводить взаимодействие на новый уровень, объединяя личный и удаленный опыт. Фактически, по оценкам Grand View Research, глобальный рынок виртуальной реальности сегодня оценивается примерно в 22 млрд долл. и будет расти на 15 % в год до 2030 г. [9]. На месте могут быть предоставлены VR-гарнитуры, которые позволят участникам выйти за пределы экрана и просмотреть 360-градусные видеопрезентации и интерактивную визуализацию данных. Напротив, цифровые участники могут присоединиться к физическому мероприятию, создавая ощущение, будто все одновременно находятся в одном помещении.

Эти технологии разрушают географические барьеры, помогая компаниям охватить глобальную аудиторию без ограничений физического пространства. Они обеспечивают динамичную и привлекательную среду для демонстрации продуктов, проведения виртуальных демонстраций и предоставления незабываемых впечатлений, которые оказывают существенное влияние на посетителей.

Что касается непосредственно физической демонстрации выставочных экспонатов, то в качестве инноваций здесь можно определить голографические 3D-дисплеи смешанной реальности, голографические презентации в реальном масштабе времени и поддержку иммерсивных голографических докладчиков для различных мероприятий.

Отличным решением является использование *QR-кодов* в конгрессно-выставочной деятельности, которые выступают дополнением к физическим маркетинговым материалам, таким как листовки о мероприятиях, визитные карточки докладчиков и открытки для билетов на мероприятия. QR-коды могут быть размещены на информационных стендах, чтобы посетители могли получить дополнительную информацию о компании, продуктах или услугах. После сканирования кода посетитель будет перенаправлен на веб-сайт, презентацию или видео. QR-коды также могут быть использованы для организации опросов и сбора обратной связи от посетителей. После сканирования такого кода посетитель будет перенаправлен на веб-сайт опроса или форму обратной связи [5].

Использование QR-кодов в конгрессно-выставочной деятельности упрощает процессы и улучшает опыт посетителей, обеспечивая быстрый доступ к информации и возможность мгновенного взаимодействия с компаниями и организаторами мероприятий.

*Бесконтактные решения*, такие как продажа билетов, регистрация, а также взаимодействие между продуктами и экспонентами, управляемые с помощью QR-кодов, позволяют посетителям избежать контакта с персоналом во время регистрации. К примеру, бесконтактная регистрация может быть организована следующим образом: поставщик технологий для проведения мероприятий предоставляет киоски регистрации, и участникам просто нужно отсканировать QR-код на своем телефоне по прибытии. Программное обеспечение отправляет бейдж участника на ближайший принтер, чтобы его можно было легко получить. Бесконтактная регистрация не только повышает меры безопасности и охраны здоровья, но также намного проще и быстрее, чем традиционные процедуры регистрации. Это избавляет от длинных очередей и недовольства клиентов.

Отдельный интерес представляет *геймификация* и ее возможности использования в конгрессно-выставочной деятельности, которая предусматривает применение игровых элементов и механик для создания более интерактивного и привлекательного опыта для участников конгрессов и выставок, а также для привлечения потенциальных клиентов и посещений стенда для экспонентов. Цифровые викторины, опросы, поиск предметов и т.д. – это лишь несколько примеров интерактивных игр, которые можно использовать, чтобы вызвать интерес и вовлечь аудиторию на мероприятие. Механика геймификации в конгрессно-выставочной деятельности может выглядеть следующим образом – мероприятие проходит в формате квеста, где посетители должны выполнить различные задания на стендах компаний-участников. В конце мероприятия для всех участников, прошедших маршрут, проводится лотерея с призами от компаний-спонсоров. Для компании такой формат мероприятия имеет ряд преимуществ. Во-первых, это возможность охватить большую аудиторию потенциальных покупателей. Квест позволяет посетителям ознакомиться с максимальным количеством представленных компанией продуктов, что увеличивает вероятность их покупки в будущем. Во-вторых, участники конференции имеют возможность посетить максимальное количество стендов и узнать о деятельности и услугах других компаний. Это может привести к установлению новых деловых контактов и партнерских отношений, которые могут быть полезны для обеих сторон.

Таким образом, геймификация в конгрессно-выставочной деятельности помогает организаторам увеличить количество желающих, что в свою очередь повысит эффективность и результативность мероприятия. А также способствует лучшему запоминанию информации и усвоению знаний, благодаря большей активности участников.

Важную роль в системе инноваций конгрессно-выставочной деятельности на современном этапе играют *многофункциональные мобильные приложения для мероприятий*. Мобильные приложения уже давно стали популярным технологическим решением для всех типов мероприятий, и на это

есть веские причины. Организаторы мероприятий могут легко добавлять в программы информацию о докладчиках, ссылки на прямые трансляции и карты мест проведения, а также демонстрировать спонсоров мероприятия. К примеру, участники могут выбрать стенд любой компании в своем приложении для мероприятий, чтобы мгновенно просмотреть полные профили докладчиков и темы сессий, или нажать на логотип спонсора, который автоматически отобразит расположение их стенда на карте выставочного зала.

К преимуществам использования мобильных приложений в конгрессно-выставочной деятельности можно отнести, во-первых, тот факт, что приложения для проведения мероприятий упрощают распространение информации и проведение экологически чистого мероприятия. Предоставляя цифровой доступ к объявлениям, биографиям докладчиков, информации о сессиях, об экспонентах и ресурсах, это автоматически сокращает бумажные расходы и уменьшает воздействие мероприятия на окружающую среду.

Во-вторых, мобильные приложения отлично подходят для расширения сети участников и поддержания их вовлеченности в мероприятие. Участники могут не только получать персонализированные оповещения и push-уведомления, но также могут создавать свои собственные расписания сеансов, участвовать в опросах в реальном времени, предоставлять обратную связь в режиме реального времени докладчикам и планировщикам и связываться с другими участниками одним нажатием кнопки. Кроме того, мобильные приложения – это простой способ собирать данные, находить потенциальных клиентов и подтверждать рентабельность инвестиций в мероприятие.

Большинство из представленных выше инноваций и технологий уже успешно применяется как в мировом масштабе, так и в России. Однако некоторые из них все еще не получили должного развития в конгрессно-выставочной деятельности России. Причиной такого низкого внимания к инновациям в конгрессно-выставочной деятельности в России может служить несколько факторов. Прежде всего, отсутствие своевременной информированности и преодоление бюрократических преград в организации выставок и конгрессов играют отрицательную роль [6]. Долгий процесс принятия решений, согласования и получения разрешений затрудняет внедрение новых идей и инициатив. Кроме того, недостаточное внимание к инновациям связано и с недостаточно развитой системой образования и научных исследований [4]. Отсутствие качественного и актуального образования в области инноваций и технологий делает непростым выявление и привлечение новаторов и разработчиков на выставки и конгрессы. В итоге потенциал многих проектов остается нераскрытым и не получает должного признания.

Исходя из результатов проведенного исследования и с учетом положений, раскрытых в Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ [1], государственным органам и организаторам мероприятий, на наш взгляд, в первую очередь следует обратить внимание на предлагаемую модель или методику для успешной реализации новых подходов и технологий в конгрессно-выставочной деятельности в России, представленную в таблице.

**Предлагаемая методика для успешной реализации новых подходов  
и технологий в конгрессно-выставочной деятельности в России**

**The proposed methodology for the successful implementation of new approaches  
and technologies in congress and exhibition activities in Russia**

| Мероприятие  | Действие  | Результат   |
|--|---|---|
| 1. Исследование и анализ потребностей рынка                              | Необходимо проведение постоянных исследований для выявления существующих потребностей и требований рынка в конгрессно-выставочной деятельности России и позитивного опыта зарубежных стран  | Определение новых подходов и технологий, которые могут быть полезны на основе полученных данных   |
| 2. Обучение и адаптация персонала  | Необходимо обеспечить на базе ведущих вузов образовательные программы и тренинги по новым подходам и технологиям в конгрессно-выставочной деятельности  | Адаптация работников сферы конгрессно-выставочной деятельности к изменениям и приобретение необходимых навыков для успешной реализации новых подходов |
| 3. Партнерство с инновационными компаниями                               | Необходимо установить партнерские отношения с инновационными компаниями, специализирующимися на разработке и улучшении технологий для конгрессов и выставок   | Позволит внедрить новые идеи и технологии в конгрессно-выставочную деятельность и обеспечить их успешную реализацию                                   |
| 4. Создание инновационных пространств                                    | Необходимо стимулировать (к примеру, фискально, финансово) создание специальных инновационных пространств на выставках и конференциях, где участники смогут ознакомиться с новыми подходами и технологиями. Использование интерактивных элементов, виртуальной реальности, AI и других инновационных решений поможет привлечь большее количество участников и способствовать их активному участию | Позволит протестировать и оценить новые возможности и преимущества  |
| 5. Регулярный мониторинг и адаптация                                     | Необходимо постоянно отслеживать изменения и новые тенденции в конгрессно-выставочной деятельности и регулярно адаптировать подходы и технологии в соответствии с требованиями рынка  | Позволит оставаться в тренде и успешно реализовывать новые подходы и технологии   |
| 6. Повышение уровня взаимодействия и коммуникации и постоянное улучшение | Необходимо развивать работу с отзывами и предложениями от участников конгрессов и выставок, чтобы узнать, какие новые подходы и технологии более эффективны и востребованы. Онлайн-платформы, мобильные приложения, социальные сети и другие средства коммуникации позволяют обмениваться информацией, обсуждать темы, задавать вопросы и налаживать контакты                                     | Использование обратной связи позволит обеспечить постоянное улучшение своей деятельности и улучшение реализации новых подходов и технологий           |

Предложенная методика может быть полезной для организаторов мероприятий, маркетологов и других заинтересованных сторон, которые стремятся улучшить свою деятельность и оказать более эффективное влияние на рынок конгрессно-выставочной деятельности России.

Таким образом, в результате проведенного исследования было установлено, что инновации играют важную роль в развитии конгрессно-выставочной деятельности. Виртуальные и гибридные выставки, персонализация на основе искусственного интеллекта, иммерсивные технологии и расширенные сетевые возможности меняют ландшафт выставок, предлагая предприятиям беспрецедентные возможности для взаимодействия со своей целевой аудиторией. Новые подходы и технологии позволяют значительно улучшить организацию мероприятий, повысить эффективность коммуникации и создать неповторимый опыт для участников. Они открывают новые возможности для представления продуктов и услуг, способствуют привлечению внимания аудитории и укреплению имиджа компании. В свою очередь, успешное использование инноваций может привести к увеличению числа посетителей и участников, улучшению репутации и увеличению прибыли. Все это подтверждает необходимость активного внедрения новых идей и технологий в конгрессно-выставочной сфере и подчеркивает их значимость для развития этой отрасли.

По мере развития конгрессно-выставочной деятельности в России в перспективе крайне важно, чтобы предприятия восприняли эти достижения и соответствующим образом адаптировали свои стратегии выставок. Используя новые технологии и тенденции, компании могут создавать захватывающий и персонализированный опыт, расширять сферу своей деятельности и открывать новые возможности для роста в динамичном мире конгрессно-выставочной деятельности.

### Список источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 10 июля 2014 г. N 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ и плане мероприятий по реализации Концепции». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596> (дата обращения: 12.10.2023).
2. Глухов В.В. Виртуальная реальность: основы, области применения: учебное пособие. СПб.: ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2021. 92 с.
3. Глухов В.В., Карпов Д.А. Особенности организации конгрессно-выставочных мероприятий в условиях цифровизации // Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 20–21 ноября 2020 года / под ред. Д.Г. Родионова, А.В. Бабкина. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 420–423.
4. Дуненкова Е.Н., Исаева М.И. Развитие конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации // Вестник ГУУ. 2022. № 5. С. 100–107.
5. Парамонова Л.С. Новые методы развития коммуникаций в конгрессно-выставочной деятельности // Оригинальные исследования. 2020. Т. 10, № 12. С. 99–104.
6. Федосеева О.В. Трансформация российской конгрессно-выставочной индустрии в новых условиях современной экономики // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15, № 1. С. 33.

7. Хаткевич М.Г., Горохов А.Ф. Особенности формирования гибридных мероприятий в конгрессно-выставочной деятельности // Вестник Национальной академии туризма. 2022. № 1 (61). С. 38–40.
8. Tick A., Ilyina I.V., Sheleyko V.A. Convention and exhibition industry in the context of digitalization trends and development problems // *Technoeconomics*. 2023. Vol. 2, no. 2 (5). P. 54–65.
9. Virtual Reality Market to Reach \$87.0 Billion by 2030: Grand View Research, Inc. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/press-releases/2023-04-26/virtual-reality-market-to-reach-87-0-billion-by-2030-grand-view-research-inc> (дата обращения: 12.10.2023).

### References

1. Rasporjazhenie Pravitel'stva RF ot 10 ijulja 2014 g. N 1273-r «O Konceptii razvitija vystavochno-jarmarochnoj i kongressnoj dejatel'nosti v RF i plane meroprijatij po realizacii Konceptii» [Order of the Government of the Russian Federation dated July 10, 2014 N 1273-r On the Concept for the development of exhibition, fair and congress activities in the Russian Federation and the action plan for the implementation of the Concept]. [Electronic resource]. Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596> (accessed: 12.10.2023).
2. Gluhov V.V. Virtual'naja real'nost': osnovy, oblasti primenenija: uchebnoe posobie [Virtual reality: basics, areas of application: textbook]. SPb.: FGAOU VO «Sankt-Peterburgskij politehnicheskij universitet Petra Velikogo», 2021. 92 p.
3. Gluhov V.V., Karpov D.A. Osobennosti organizacii kongressno-vystavochnyh meroprijatij v uslovijah cifrovizacii [Features of organizing congress and exhibition events in the conditions of digitalization]. Ustojchivoe razvitie cifrovoj jekonomiki, promyshlennosti i innovacionnyh sistem [Sustainable development of the digital economy, industry and innovative systems]: Sbornik trudov nauchno-prakticheskoi konferencii s zarubezhnym uchastiem, Sankt-Peterburg, 20–21 nojabrja 2020 goda / pod red. D.G. Rodionova, A.V. Babkina. SPb.: POLITEH-PRESS, 2020. Pp. 420–423.
4. Dunenkova E.N., Isaeva M.I. Razvitie kongressno-vystavochnoj otrasli v Rossijskoj Federacii [Development of the congress and exhibition industry in the Russian Federation], *Vestnik GUU [Vestnik GUU]*, 2022, no. 5, pp. 100–107.
5. Paramonova L.S. Novye metody razvitija kommunikacij v kongressno-vystavochnoj dejatel'nosti [New methods for the development of communications in congress and exhibition activities], *Original'nye issledovanija [Original research]*, 2020, vol. 10, no. 12, pp. 99–104.
6. Fedoseeva O.V. Transformacija rossijskoj kongressno-vystavochnoj industrii v novyh uslovijah sovremennoj jekonomiki [Transformation of the Russian congress and exhibition industry in the new conditions of the modern economy], *Vestnik evrazijskoj nauki [Bulletin of Eurasian Science]*, 2023, vol. 15, no. 1, p. 33.
7. Hatkevich M.G., Gorohov A.F. Osobennosti formirovanija gibridnyh meroprijatij v kongressno-vystavochnoj dejatel'nosti [Features of the formation of hybrid events in congress and exhibition activities], *Vestnik Nacional'noj akademii turizma [Bulletin of the National Academy of Tourism]*, 2022, no. 1 (61), pp. 38–40.
8. Tick A., Ilyina I.V., Sheleyko V.A. Convention and exhibition industry in the context of digitalization trends and development problems. *Technoeconomics*, 2023, vol. 2, no. 2 (5), pp. 54–65.
9. Virtual Reality Market to Reach \$87.0 Billion by 2030: Grand View Research, Inc. [Electronic resource]. Available at: <https://www.bloomberg.com/press-releases/2023-04-26/virtual-reality-market-to-reach-87-0-billion-by-2030-grand-view-research-inc> (accessed: 12.10.2023).

**Сведения об авторе:**

**Д.А. Карпов** – кандидат педагогических наук, доцент высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, ученый секретарь университета, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

**Information about the author:**

**D.A. Karpov** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Graduate School of Media Communications and Public Relations, University Academic Secretary, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation.

|                                      |                   |                                  |                   |
|--------------------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|
| <i>Статья поступила в редакцию</i>   | <i>26.10.2023</i> | <i>The article was submitted</i> | <i>26.10.2023</i> |
| <i>Одобрена после рецензирования</i> | <i>04.11.2023</i> | <i>Approved after reviewing</i>  | <i>04.11.2023</i> |
| <i>Принята к публикации</i>          | <i>21.01.2024</i> | <i>Accepted for publication</i>  | <i>21.01.2024</i> |