

# Развитие конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

**Дуненкова Елена Николаевна**

Кан. экон. наук, доц. каф. управления инновациями  
ORCID: 0000-0003-0414-6560, e-mail: en\_dunenкова@guu.ru

**Исаева Мария Игоревна**

Магистр, ORCID: 0000-0003-4475-2362, e-mail: maria.isaeva7@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

## Аннотация

Существующие тенденции подталкивают к появлению новых подходов в организации конгрессно-выставочных мероприятий, работе выставочных комплексов в России и мире. Развитие отрасли направлено на внедрение гибридного формата участия, что подчеркивает потенциал и значение выставок для восстановления экономического состояния государства. Конгрессно-выставочная отрасль играет роль локомотива для производственно-технологических, экономических, научных и инновационных направлений. Успешное функционирование отрасли важно для достижения синергетического эффекта по социально-экономическому развитию государства и регионов. Посредством конгрессно-выставочных мероприятий государство получает дополнительный источник дохода для федерального и региональных бюджетов. Согласно исследованиям Российского союза выставок и ярмарок, в России конгрессно-выставочные мероприятия генерируют около 3,2 трлн рублей или 3 % ВВП государства.

## Ключевые слова

Выставочный комплекс, гибридное участие, конгрессно-выставочная отрасль, влияние пандемии, онлайн-мероприятия, организаторы выставок, конференции, рынок труда, ВВП государства

**Для цитирования:** Дуненкова Е.Н., Исаева М.И. Развитие конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации // Вестник университета. 2022. № 5. С. 100–107.

# Development of the congress and exhibition industry in the Russian Federation

**Dunenкова Елена Николаевна**

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Innovations Management Department  
ORCID: 0000-0003-0414-6560, e-mail: en\_dunenкова@guu.ru

**Isayeva Maria Igorevna**

Postgraduate Student, ORCID: 0000-0003-4475-2362, e-mail: maria.isaeva7@mail.ru  
State University of Management, Moscow, Russia

## Abstract

Existing trends are pushing for the emergence of new approaches in the organization of congress and exhibition events, the work of exhibition complexes in Russia and the world. The development of the industry is aimed at introducing a hybrid format of participation, which emphasizes the potential and importance of exhibitions for the restoration of the economic state of the state. The congress and exhibition industry plays the role of a locomotive for industrial, technological, economic, scientific and innovative directions. The successful functioning of the industry is important for achieving a synergistic effect on the socio-economic development of the state and regions. Through congress and exhibition events, the state receives an additional source of income for the federal and regional budgets. Based on the research of the Russian Union of Exhibitions and Fairs, in Russia, congress and exhibition events generate about 3.2 trillion rubles or 3 % of the state's GDP.

## Keywords

Exhibition complex, hybrid participation, congress and exhibition industry, impact of the pandemic, online events, exhibition organizers, conferences, labor market, state GDP

**For citation:** Dunenkova E.V., Isayeva M.I. (2022) Development of the congress and exhibition industry in the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 100–107.



## ВВЕДЕНИЕ

Согласно аналитическим данным Международной ассоциации и мероприятий (далее – ИССА) по миру было проведено свыше 13 000 международных деловых мероприятий с количеством участников более 5 млн чел. Проведение подобных мероприятий сделало вклад в экономику порядка 11 млрд долл. США. В течение последних 10 лет по миру состоялось около 123 000 международных конгрессов.

Конгрессно-выставочная деятельность (далее – КВД) выполняет несколько важных ролей: обеспечивает рост доходов государства, стимулирует инновационную и маркетинговую деятельность, формирует имидж компаний и государства, создает возможности коммерциализации идей и разработок и в конечном итоге позволяет добиться большей доли мирового рынка наукоемкой продукции. Статистика показывает, что степень развития КВД тесно коррелирует с уровнем инновационной активности в стране. Лидеры этого рынка, как правило, являются и инновационными лидерами. Отсюда возникает задача – активизировать выставочную и инновационную активность.

В последние 10 лет США и Германия сохраняют лидирующие позиции в сфере проведения деловых мероприятий на территории своих государств. Более того, в настоящее время в первой пятёрке держат свои позиции такие страны, как Франция, Испания и Великобритания. России принадлежит 42 место в мире, что выше по сравнению с ОАЭ, Новой Зеландией, Турцией, Израилем. Доля мирового рынка в сфере международных мероприятий у России не превышает 1 %.

Заметна тенденция по расширению своего присутствия со стороны Азии на рынке конгрессно-выставочных мероприятий. В соответствии с данными ИССА за последнее десятилетие доля Азии выросла с 17 % на 20 %.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Согласно исследованиям Российского союза выставок и ярмарок (далее – РСВЯ), в России конгрессно-выставочные мероприятия генерируют порядка 3,2 трлн рублей или 3 % ВВП государства. Объем КВД российского рынка составляет 203 млрд рублей.

Большая доля рынка КВД по объемам выручки компаний сосредоточена в Москве. В этом регионе КВД характеризуется высоким уровнем активности и продвижения на международной арене. В сфере конгрессно-выставочного рынка в Москве функционируют более 7 530 компаний. Объем московского рынка составляет 134,5 млрд рублей. По данным 2019 г. компании, работающие в событийной индустрии и составляющие конгрессно-выставочный рынок, пополнили федеральный и региональный бюджеты посредством перечисления налогов на сумму более чем 13,8 млрд рублей. Оплачивая страховые взносы, компании событийной индустрии по результатам 2019 г. достигли суммы в 5,3 млрд рублей.

В России число государственных контрактов событийной индустрии за весь период существования компаний составляет более 19 тыс. общей стоимостью в 126,5 млрд рублей.

Конгрессно-выставочная отрасль России стремительно развивается, о чем свидетельствует приток новых игроков рынка – 483 организации за 2019–2020 гг. Доля компаний, начавших функционировать в последние пять лет, составляет 69 %. Общая доля малых и средних организаций рынка КВД в России достигает 66 %.

Наиболее часто встречающаяся форма организаций рынка КВД – общества с ограниченной ответственностью (ООО), доля подобных организаций составляет 77 %. Менее часто среди игроков рынка можно заметить индивидуальных предпринимателей и акционерные сообщества. Учитывая данный факт, коммерческие компании составляют 78 % рынка. Следовательно, некоммерческие организации, например, фонды, ассоциации, занимают 22 % рынка. При этом доля компаний с государственным участием равна 1 %.

Международные эксперты оценивают сектор конгрессов, конференций, деловых переговоров России в 500 млн евро в год. На мировом рынке в сфере международных конгрессных мероприятий Россия занимает долю в менее чем 1 %, тогда как в мировой торговле доля российского присутствия оценивается в 3 %. Согласно исследованиям российских экспертов конгрессный рынок оценивается в 10–15 млрд рублей. Общая численность проведенных деловых мероприятий в событийной индустрии определяется в диапазоне от 10 000 до 13 500. Конгрессная деятельность во всем мире признана одним из наиболее эффективных инструментов делового взаимодействия и представляет собой перспективную и развивающуюся отрасль экономики. Невысокая рыночная доля российской конгрессной отрасли говорит о потенциале роста. Совершенствование и подъем индустрии проведения выставочных и деловых мероприятий влияет на продвижение дестинаций, привлечение инвестиций в региональную экономику [1].

Перспективным направлением развития конгрессно-выставочной отрасли является организация выставок изобретений и инноваций.

Между странами и регионами прослеживается конкурентная борьба за привлечение инвестиций, туристов, специалистов и бизнеса в целом. Учитывая данное соперничество, конгрессно-выставочная отрасль предстает в роли локомотива производственно-технологических, экономических, научных и инновационных направлений. Более того, выставочная отрасль представляет собой один из синергетических факторов социально-экономического развития государства и регионов [2]. Для государства конгрессно-выставочные мероприятия представляют собой источник дополнительного дохода для федерального и региональных бюджетов.

Для делового туризма выставки, конгрессы представляют собой драйвер по развитию и привлечению дохода для различных уровней бюджета России. Как правило, деловой туризм приносит большую прибыль по сравнению с другими видами туризма, так как участники тратят свои средства и на культурную программу, питание, транспорт и проживание. Для России деловой туризм обладает высоким уровнем потенциала, который крайне важно развивать. Подобному развитию способствует систематическое продвижение посыла об экономическом, инвестиционном потенциале регионов и о значимости конгрессно-выставочных проектов для аудитории за рубежом.

Для инновационных компаний участие в выставках изобретений и инноваций важно на всех этапах инновационного цикла для лучшего понимания приоритетов и тенденций инновационного развития, поиска единомышленников и реализации коллективной разработки; нахождения лучших способов решения собственных проблем в разработке; тестирования прототипов и непосредственного взаимодействия с потенциальными потребителями и инвесторами.

## ОБЗОР СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ И ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

На территории России насчитывается около 40 специализированных площадок для проведения выставок и конгрессов. Из данного количества 27 комплексов (67 %) с закрытой выставочной площадью свыше 5 тыс. м<sup>2</sup>. По общей численности специализированных выставочных комплексов Россия входит в топ-10 стран с площадью брутто более 5 тыс. м<sup>2</sup>. От мирового объема закрытых выставочных площадей доля России достигает 2,2 %.

Российская Федерация обладает целым рядом разнообразных типов объектов индустрии деловых встреч. Кроме специализированных, например, конгрессно-выставочные комплексы, конгресс-центры, деловые мероприятия организуются в конференц-залах отелей, которые оборудованы согласно международным стандартам. Более того, существуют и площадки, предназначенные для деловых событий любого уровня и формата, среди которых музеи, библиотеки, университеты, научно-исследовательские институты, спортивные комплексы. В соответствии с данными Рейтинга событийного потенциала регионов Российской Федерации, всего в государстве в настоящее время насчитывается 63 специализированно оборудованных конгрессных площадки и порядка 600 конгресс-отелей вместимостью свыше 100 человек одновременно.

В настоящее время крупнейшие специализированные комплексы расположены в таких городах России, как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Минеральные Воды, Уфа, Новосибирск и Краснодар. Доля закрытых выставочных площадей данных городов равна 80 % от общей площади подобного типа в России.

Конгрессно-выставочные мероприятия (далее – КВМ) оказывают значительное влияние на преодоление экономических кризисов, улучшение экономического состояния государства и развития отраслей экономики, промышленности, принося значительный вклад в ВВП страны [3].

Чем выше уровень развития выставочной отрасли, тем значимее ее доля в ВВП страны. Данный факт характеризуют приведенные ниже в таблице 1 показатели.

Таблица 1

### Показатели, характеризующие развитие выставочной отрасли в государствах

Показатель	Государство			
	США	Китай	Германия	Россия
ВВП страны, млрд долл. США	19 391,00	12 243,00	3 691,00	1 578,00
Проданная выставочная площадь за год, млн м <sup>2</sup>	Северная Америка: 48,00	Европа: 46,50	Азия: 33,8	Россия: 2,05

Показатель	Государство			
	США	Китай	Германия	Россия
ВВП страны, млрд долл. США	США: 19 391,00	Китай: 12 243,00	Германия: 3 691,00	Россия: 1 578,00
Площадь среднего стенда, м <sup>2</sup>	США: 30,00	Азия: 27,93	Европа: 29,06	Россия: 19,52
Количество участников, млн	Северная Америка: 1,60	Европа: 1,60	Азия: 1,21	Россия: 0,11
Количество посетителей, млн	Северная Америка: 91,20	Европа: 112,00	Азия: 81,50	Россия: 4,94
Прямые продажи выставок, млрд долл. США	Северная Америка: 59,70	Европа: 46,70	Азия: 22,40	Россия: 0,25

Составлено авторами по материалам исследования

Статистика, характеризующая участие компаний в деловых мероприятиях, демонстрирует отчетливую корреляцию с уровнем конкурентоспособности компаний и национальных экономик.

Невзирая на увеличение количества региональных конгрессно-выставочных центров к 2019 г., представленность специализированных площадей в регионах остается недостаточной. Например, общая суммарная площадь закрытых выставочных площадей в России – 1,028 млн м<sup>2</sup>, в Италии – 2,3 млн м<sup>2</sup>, в Германии – 3,2 млн м<sup>2</sup>, в Китае – 6 млн м<sup>2</sup>.

Развитие экономики регионов России сводится к расширению специализированных выставочных и конгрессных площадей в соответствии со стандартами мирового уровня. На данный момент около 50 администраций субъектов Российской Федерации выразили готовность и заинтересованность в развитии материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

## ПОДХОДЫ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ

В период пандемии конгрессно-выставочная отрасль стала одной из наиболее пострадавших, попавших под ограничения в России и мире [4]. В сложившихся условиях стало очевидным, что выставочная отрасль требует восстановления, разработки концепции и стратегии по ее развитию и становлению [3]. Формирование стратегии по совершенствованию выставочно-конгрессной индустрии будет способствовать внедрению высокотехнологичных и инновационных производств, воплощению потенциала регионов и привлечению инвестиций, что ускорит социально-экономическое развитие государства [1].

Проведение деловых мероприятий в гибридном режиме превращается в эффективный инструмент выхода из кризиса. Задействованные новые технологии и опыт, полученный организаторами выставок, обеспечат улучшение качества предоставляемых услуг в дальнейшем. Более того, около 57 региональных торгово-промышленных и 43 муниципальных палат также специализируются в организации региональных выставок. Большая часть из них, как и остальные представители выставочной индустрии, стали запускать выставочные проекты в онлайн и гибридном режиме [5]. Возникновение кризиса в 2020 г. послужило, в некоторой степени, импульсом для развития отрасли. Стали разрабатываться современные технологии для организации выставок наряду с внедрением гибридного формата, при котором мероприятие состоит из онлайн и офлайн части. Крупные игроки рынка стали проводить деловые мероприятия на основе онлайн-платформ, среди которых Inxpro и TheVirtual.Show. К примеру, организаторы конференции Webit на протяжении трех месяцев запускали по три виртуальных саммита в неделю посредством TheVirtual.Show [6]. Результаты опросов EventManager Blog продемонстрировали, что 67 % организаторов подтвердили эффективность и совершенствование гибридных событий в будущем для дальнейшего применения. Исследования аналитиков Cvent выявили, что 84 % ассоциаций готовы придерживаться гибридных и цифровых инструментов в своих будущих проектах в целях достижения большего охвата потенциальных групп целевой аудитории и повышения прироста посетителей.

Выставочно-ярмарочный бизнес признан одним из наиболее развивающихся институтов рыночной инфраструктуры в России и развитых странах. Повышающийся потенциал подобного бизнеса обусловлен развитием российских регионов, активизацией региональных рынков и притоком инвестиций в экономику. Посредством выставок открываются возможности по поиску оптимальных способов сотрудничества промышленности и торговли, продвижения инноваций, обеспечению площадки для присутствия отечественных товаров на рынке. Учитывая влияние деловых мероприятий на государство, индустрия выставок остается одной из важнейших отраслей национальной экономики. Проведение выставок в России становится более востребованным, что обусловлено перестройкой российского бизнеса в условиях растущей конкуренции.

Потенциальные покупатели получают информацию об участниках рынка, торговых предложениях через маркетинговые инструменты и коммуникации. Чаще всего участие в выставках относят к одному из ключевых инструментов маркетинговых коммуникаций, что характеризует возматерание работ относительно подобного вида делового сотрудничества. Ранее в России изучению подвергались общие и технологические вопросы выставок, однако со временем исследование стали затрагивать степень эффективности выставочной индустрии. Выставки, организованные в регионах, сочетают в себе концентрацию деловой активности, способствующей привлечению инвестиций в экономику региона. Внутренний и внешний рынки регионов, в которых проводятся выставки, насыщаются новыми технологиями и оборудованием, что также способствует продвижению местной продукции. Воздействие выставочной отрасли на экономику региона характеризуется позитивным и комплексным эффектом.

При учете возникших ограничений и угроз высоких финансовых потерь в России 20 мая 2020 г. была проведена первая 3D-выставка Internet Expo в онлайн формате. В деловом мероприятии экспонентами стали такие компании, как: Альфа банк, Почта России, Aliexpress, Боксберри, Вконтакте Бизнес, Титан-Софт, GMO registry (Япония), Rakuten Viber, CDN video, Insales, PickPoint, SendPulse. Выставка Internet Expo включала в себя деловую программу с выступлениями экспертов в областях: «Создание бизнеса в интернете» и «Интернет-маркетинг». Сложившиеся условия, вызванные прогрессированием коронавирусной инфекции, активизировали внедрение цифровых преобразований. Высокий уровень востребованности демонстрирует гибридный формат, который предполагает нахождение спикеров и делегатов не только на самой площадке, но и в режиме онлайн. В 2020 г. «Российская неделя здравоохранения» была отменена за три недели до открытия ввиду ограничительных мер вследствие коронавируса. Организаторы быстро отреагировали на возникшую проблему, проведя мероприятие в режиме онлайн. Деловая программа включала свыше 30 крупных сессий и конференций. Количество участников достигло 15,5 тыс. чел. не только из России, но и из зарубежных государств. Состоявшаяся «Российская неделя здравоохранения» помогла сблизить лояльность старых партнеров, пригласить новых.

## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате в России конгрессно-выставочная отрасль располагает высоким потенциалом для роста. Не менее важно принимать во внимание воздействие конгрессно-выставочной индустрии на смежные отрасли и экономику в целом. Проводя оценку по значению данной индустрии, международные эксперты пришли к выводу, что мультипликативный эффект конгрессно-выставочной отрасли способен набирать соотношение 1:7 [7]. Данный вывод определяет, что каждый рубль, вложенный в отрасль, приносит прибыль 5–7 рублей, которые взаимосвязаны с сегментами других отраслей экономики, например, туризм, транспорт, гостеприимство, общественное питание, культура.

Развитию конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации препятствует ряд вопросов, среди которых можно обозначить следующие:

- недоработка нормативно-правовой базы;
- недостаточность государственной поддержки из-за отсутствия отлаженной системы;
- дефицит квалифицированных кадров ввиду неэффективной системы профессиональной подготовки и повышения квалификации;
- сосредоточение индустрии на местных рынках, сравнительно немногочисленное посещение российских мероприятий иностранными компаниями.

Согласно исследованиям выставочного научно-исследовательского центра R&C (ВНИЦ R&C), российские выставки в среднем привлекают только 6 % иностранных посетителей, остальные 94 % посетителей представители России. Данный факт характеризует направленность маркетингового потенциала на российский рынок. С учетом данного исследования, для развития выставочной отрасли требуется не только устранить существующие проблемы, но и выходить на международный рынок.

Для развития конгрессно-выставочной отрасли России важно отрегулировать систему нормативно-правового регулирования, связанной со сформировавшейся структурой нормативных правовых документов отраслей экономики. Основываясь на данных региональных органов исполнительной власти, общественных формирований, бизнес-сообществ, надлежит проанализировать нормативно-правовую базу отрасли.

Особенно требуется улучшение системы поддержки и продвижения на государственном уровне проектов конгрессно-выставочной отрасли.

Важно структурировать и упорядочить существующий порядок государственной поддержки и продвижения отрасли, принимая во внимание успешный опыт субъектов Российской Федерации [8]. В целях сохранения и совершенствования достигнутых результатов для отрасли необходимо выстроить единую информационно-аналитическую систему, разработать структуру профессиональной подготовки и переподготовки, сформировать программы по обучению экспонентов относительно ведения переговоров и представления компании на выставке со стендовым участием для плодотворной работы и целесообразности расходов.

В основу нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной отрасли крайне важно положить профильный федеральный закон, обеспечивающий поддержку и развитие. Разработка профильного законодательного акта обеспечит большую прозрачность при принятии решений органами власти по главным вопросам, также касающимся государственной поддержки, способствующей прогрессу.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Успешное развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли во многом зависит от работы профессиональных кадров с высокой квалификацией. В Российской Федерации прослеживается дефицит специалистов высокого уровня. Разработка и совершенствование стандартов профессии, на основе которых образуются уровни квалификации и образовательные стандарты, будет способствовать гармонизации взаимодействия образовательной системы и рынка труда.

С началом цифровизации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, а значит и появлением новых возможностей, назревает решение задачи по проведению маркетинговых исследований потребностей в новых профессиональных компетенциях и разработке на основе полученных исследований идей по модернизации имеющихся и подготовке новых профессиональных стандартов [9].

Организация региональных центров по оценке квалификации для проверки специалистов на уровень профессионализма с выдачей сертификатов предлагается как следующий этап.

Экономическое развитие регионов Российской Федерации предполагает и развитие выставочных проектов посредством расширения специализированных выставочных и особенно конгрессных площадей в соответствии с мировым уровнем.

Совершенствование материально-технической базы, конгрессно-выставочной деятельности в России важно проводить на основе принципов государственно-частного партнерства в форме концессионных соглашений и арендных договоров по управлению объектами инфраструктуры КВД, совмещая условия для формирования совместных предприятий для выполнения государственных и муниципальных заказов.

С появлением новых тенденций, например, повышением востребованности «экономики впечатлений», возникновением сектора онлайн-мероприятий, будут создаваться другие подходы к организации мероприятий, работе комплексов, их оснащенности. Развитие деловых мероприятий будет направлено на применение гибридного формата, повышение интереса к привлечению эмоционального фактора для участников, предоставляя новейшие технологии и услуги.

## Библиографический список

1. Садовнича А.В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государства. *Управленческое консультирование*. 2017;(7):96–109.
2. Садовнича А.В. Общественная и экономическая эффективность выставочно-ярмарочной деятельности: методология и практика. *Экономическое возрождение России*. 2019;(1):76–85.
3. UFI The Global Association of the Exhibition Industry. *Global Economic Impact of Exhibitions (June 2020)*. <https://www.ufi.org/archive-research/global-economic-impact-of-exhibitions-june-2020/> (дата обращения: 01.04.2022).
4. AUMA. *Coronavirus: Cancellations and Postponements of German Exhibitions May Cost up to Three Billion Euro*. <https://www.auma.de/en/media/reports/press-2020-08> (дата обращения: 01.04.2022).
5. Экспоцентр. *Гибридные форматы проведения выставочных и конгрессных мероприятий: настоящее и будущее*. [www.expoctr.ru/ru/news/gibridnye-formaty-provedeniya-vystavochnykh-i-kongressnykh-meropriyatij-nastoyashchee-i-budushchee/](http://www.expoctr.ru/ru/news/gibridnye-formaty-provedeniya-vystavochnykh-i-kongressnykh-meropriyatij-nastoyashchee-i-budushchee/) (дата обращения: 01.04.2022).
6. Зима А. Виртуальные площадки и онлайн-интерактивы – тренды мероприятий в 2021 году. *RB.RU*. <https://rb.ru/opinion/event-trends-2021/> (дата обращения: 01.04.2022).
7. Шурчкова Ю.В. *Международный маркетинг*. Воронеж: Издательский дом ВГУ; 2016. 199 с.
8. Петелин В.Г. *Основы менеджмента выставочной деятельности*. М.: Юнити-Дана; 2015. 448 с.

9. Маркетинговое исследование «COVID-19: угрозы и вызовы событийной индустрии в России. Результаты опроса участников рынка. Итоги 2020 года». [http://rnc-consult.ru/netcat\\_files/2525\\_12.pdf](http://rnc-consult.ru/netcat_files/2525_12.pdf) (дата обращения: 01.04.2022).

## References

1. Sadovnichaya A.V. Exhibition and fair activity as an effective organizational form of realization of strategic interests of the state. *Administrative consulting*. 2017;(7):96–109.
2. Sadovnichaya A.V. Social and economic efficiency of exhibition and fair activities: methodology and practice. *The economic revival of Russia*. 2019;(1):76–85.
3. UFI The Global Association of the Exhibition Industry. *Global Economic Impact of Exhibitions (June 2020)*. <https://www.ufi.org/archive-research/global-economic-impact-of-exhibitions-june-2020/> (accessed 01.04.2022).
4. AUMA. *Coronavirus: Cancellations and Postponements of German Exhibitions May Cost up to Three Billion Euro*. <https://www.auma.de/en/media/reports/press-2020-08> (дата обращения: 01.04.2022).
5. Expocentre. *Hybrid formats of exhibition and congress events: present and future*. [www.expocentr.ru/ru/news/gibridnye-formaty-provedeniya-vystavochnykh-i-kongressnykh-meropriyatij-nastoyashchee-i-budushchee/](http://www.expocentr.ru/ru/news/gibridnye-formaty-provedeniya-vystavochnykh-i-kongressnykh-meropriyatij-nastoyashchee-i-budushchee/) (accessed 01.04.2022).
6. Zima A. Virtual platforms and online interactivity – trends of events in 2021. *RB.RU*. <https://rb.ru/opinion/event-trends-2021/> (accessed 01.04.2022).
7. Shurchkova Yu.V. *International marketing*. Voronezh: VSU Publishing House; 2016. (In Russian).
8. Petelin V.G. *Fundamentals of exhibition activity management*. Moscow: Unity-Dana; 2015. (In Russian).
9. *Marketing research “COVID-19: Threats and Challenges of the event industry in Russia. The results of the survey of market participants. Results of 2020”*. [http://rnc-consult.ru/netcat\\_files/2525\\_12.pdf](http://rnc-consult.ru/netcat_files/2525_12.pdf) (accessed 01.04.2022).