

СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ МЕГА-ІВЕНТІВ ВЕЛИКИХ МІСТ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

СЕРЕДА Діана,

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

Сучасний івент-туризм являє собою багатогранний феномен, який об'єднує організацію та проведення масових заходів різного спрямування – від культурних і спортивних подій до музичних фестивалів, національних свят, виставок та заходів субкультурного характеру.

Можемо стверджувати, що мега-івенти являють собою масштабні міжнародні події, які характеризуються глобальним рівнем уваги, значними фінансовими ресурсами та суттєвим впливом на розвиток регіону чи міста, де вони відбуваються.

Ключовими ознаками, що виділяють мега-івенти серед інших видів заходів, є передусім глобальний масштаб, який охоплює багатомільйонні аудиторії, транснаціональний характер, значний медіарезонанс та залучення ресурсів міжнародних організацій і корпорацій.

Мега-івенти, такі як міжнародні фестивалі, спортивні змагання, культурні форуми та бізнес-конференції, відіграють ключову роль у формуванні іміджу великих міст України на світовій арені. Для успішного просування цих подій на міжнародний ринок необхідно використовувати комплексний підхід, що включає сучасні маркетингові стратегії, залучення міжнародних партнерів та застосування цифрових технологій.

Просування мега-івентів на міжнародний ринок є складним, але надзвичайно важливим завданням для великих міст України. Такі події не лише привертають увагу туристів та інвесторів, але й сприяють формуванню позитивного іміджу країни на світовій арені.

Ключові аспекти стратегії повинні включати наступне:

Визначення цільової аудиторії. Необхідно чітко визначити, на які сегменти міжнародного ринку орієнтований захід: туристи, інвестори, культурні діячі, спортсмени тощо. Вивчення їхніх потреб та інтересів допоможе адаптувати маркетингові повідомлення;

Створення унікального бренду. Мега-івент повинен мати яскравий та запам'ятовуючий бренд, який відображає його унікальність та цінності. Бренд має бути інтегрований у всі комунікаційні канали;

Використання цифрових технологій. Активна присутність у соціальних мережах, створення багатомовного вебсайту, використання віртуальних турів та онлайн-трансляцій. Таргетована реклама в цифрових каналах для досягнення цільової аудиторії;

Партнерство з міжнародними організаціями. Співпраця з міжнародними туристичними агентствами, культурними фондами, спортивними федераціями. Залучення міжнародних спонсорів та медіа-партнерів;

Розвиток туристичної інфраструктури. Покращення транспортного сполучення, готельної бази, створення зручних умов для іноземних гостей. Розробка туристичних маршрутів, що включають відвідування мега-івенту;

Культурний обмін. Проведення паралельних культурних заходів, фестивалів, виставок, які демонструють українську культуру. Залучення міжнародних артистів та культурних діячів;

Безпека. Забезпечення високого рівня безпеки для всіх учасників та гостей заходу. Позитивне висвітлення заходів безпеки в міжнародних ЗМІ.

Основні стратегії просування мега-івентів на міжнародний ринок описані в таблиці.

Таблиця

Основні стратегії просування мега-івентів на міжнародний ринок

Аспект	Стратегія
Цільова аудиторія	Визначення сегментів (туристи, інвестори, культурні діячі)
Бренд	Створення унікального бренду, інтеграція в комунікації
Цифрові технології	Соціальні мережі, вебсайт, віртуальні тури, онлайн-трансляції
Партнерство	Міжнародні організації, туристичні агентства, спонсори
Інфраструктура	Транспорт, готелі, туристичні маршрути
Культурний обмін	Фестивалі, виставки, залучення міжнародних артистів
Безпека	Високий рівень безпеки, висвітлення в ЗМІ

Джерело: сформовано автором

Просування мега-івентів великих міст України на міжнародний ринок вимагає стратегічного підходу, що включає цифровий маркетинг, партнерства, залучення міжнародних ЗМІ та використання інновацій. Реалізація комплексної стратегії сприятиме підвищенню туристичної привабливості міст та зміцненню їх позицій у глобальному подієвому туризмі, залучаючи туристів, інвесторів та сприяючи розвитку культурного обміну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Danylykha N., Pakholok I. Event-activities as the promotion tool of national culture (1991–2021). The ethnology notebooks . 2021. Vol. 159, no. 3. URL: <https://doi.org/10.15407/nz2021.03.593> (date of access: 05.03.2025).
2. Пovalій Т., Світайло Н. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2021. 198 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет харчових технологій
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

12 березня 2025 року, Київ

КИЇВ 2025

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)

Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Сердюк М. Є. – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Олюніна С. Л. – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025