

Стамат В.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет*

Муленко І.П.

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-482-8-23>

ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: НОВІ ЗАВДАННЯ, НОВІ ПЕРСПЕКТИВИ

На теперішній час бізнес-середовище швидко змінюється, питання, як зробити маркетингові комунікації ефективними, стає надзвичайно важливим. Івент-маркетинг, як один з найбільш дієвих способів налаштування емоційного зв'язку з аудиторією, також не залишився осторонь цих змін. Пандемія COVID-19 та війна в Україні внесли свої корективи, і підприємства були змушені швидко підлаштовувати свої стратегії, щоб відповідати новим реаліям і потребам споживачів.

Метою даного дослідження є аналіз стану івент-маркетингу в Україні та ідентифікація напрямів його розвитку далі, розгляд впливу новітніх цифрових технологій, що змінюють процес організації заходів. Наприклад, як гібридні формати, що поєднують онлайн та офлайн елементи, стали важливим інструментом для брендів. Окрім цього, буде розглянуто, як соціальні обмеження та економічні труднощі змінили звички споживачів, і які нові можливості для брендів відкриваються, щоб залучати ще більше людей та робити їх взаємодію з компанією більш значущою.

Івент-маркетинг в Україні за останні роки серйозно змінився [6]. Якщо раніше використовували прості презентації та одноразові заходи, то сьогодні кампанії характеризуються складністю, інтегрованістю та високим рівнем креативності. Сьогодні організаторам треба бути максимально гнучкими і винахідливими, щоб провести подію, яка справді запам'ятається [1]. Навіть

попри всі труднощі через війну, український бізнес не припиняє використовувати івент-маркетинг. Це закономірно, адже саме через події компанії залишаються на зв'язку з клієнтами та партнерами. Яскравим прикладом того, як можна адаптуватися до нових реалій, став досвід мережі ресторанів «!FEST» у Львові [9]. У 2022–2023 роках вони вирішили перевести традиційний фестиваль «На каву до Львова» в гібридний формат, назвавши його «COFFEE, BOOKS & VINTAGE». Подія поєднала офлайн-активності в безпечних точках міста з онлайн-трансляціями майстер-класів і віртуальними турами кав'ярнями Львова. Цей підхід виявився ефективним, що підтверджується даними офіційного звіту: фестиваль залучив на 45% більше учасників порівняно з часами до COVID-19 – понад 100 000 людей з різних куточків світ [11]. В оновленому форматі було використано AR-технології для створення інтерактивної карти кав'ярень, а також запроваджено NFT-сертифікати для учасників офлайн-дегустацій. Це не просто фестиваль, це цілий новий досвід. В останні роки значним трендом стало впровадження гібридного формату, що поєднує онлайн- та офлайн-активності. Цей підхід дозволяє охопити набагато ширшу аудиторію, робить заходи доступними для людей з різних регіонів і знижує ризики, пов'язані з безпекою. Так, наприклад, у 2023 році близько 65% усіх подій відбулися саме в такому гібридному форматі [10].

Івент-маркетинг в Україні сьогодні переживає справжню трансформацію, і це зрозуміло – умови та обставини змінюються, і ми повинні швидко реагувати на нові реалії [3]. Саме тому багато компаній і брендів почали активно впроваджувати нові рішення, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність. Зараз серед основних трендів – це і діджиталізація, і персоналізація контенту, і, без сумніву, збільшена увага до безпеки й екологічних аспектів.

Щодо діджиталізації, то це стосується не тільки онлайн-трансляцій, а й усіх новітніх технологій, які роблять події набагато цікавішими [2, 8]. Віртуальна реальність, доповнена реальність, інтерактивні платформи, мобільні додатки – все це дозволяє зробити кожен захід більш захоплюючим і доступним [4]. Завдяки таким технологіям, як віртуальна реальність, учасники можуть пережити захід по-новому, а мобільні додатки

дають можливість отримати персоналізовані сповіщення, швидко орієнтуватися на заході та навіть взаємодіяти з іншими людьми в реальному часі [3]. Гібридний формат став невід'ємною частиною будь-якої події, оскільки він дозволяє залучати людей з усіх куточків світу, навіть якщо вони не можуть бути присутніми на заході фізично.

Персоналізація контенту сьогодні стала важливою частиною організації подій. Завдяки таким технологіям, як Big Data і штучний інтелект, організатори можуть чітко бачити, чим цікавляться учасники, на які заходи реєструються, які теми їх приваблюють [4]. І на основі цієї інформації створюється програма, яка більше відповідає саме їхнім інтересам. Це дає змогу не тільки зробити захід більш цікавим для кожного, але й пропонувати їм індивідуальні рекомендації чи навіть персоналізований мерч. А що більше людей відчувають, що захід спеціально для них, то сильніше це залучає їх. Тому такі заходи стають справжньою знахідкою в наш час.

Один із найважливіших аспектів, на який доводиться звертати увагу у розвитку івент-індустрії в Україні, це адаптація до нових реалій, що виникли через воєнний стан [5]. Організаторам заходів тепер потрібно враховувати питання безпеки та гнучко коригувати стратегії планування. Вони також активно впроваджують інноваційні технології, щоб забезпечити стабільне проведення подій навіть в таких складних умовах.

Зараз дуже важливо приділяти увагу створенню безпечних зон для проведення заходів [1]. Організатори ретельно підбирають локації, де є укриття або спеціально облаштовані території, де люди можуть сховатися, якщо виникне загроза. Вони заздалегідь оцінюють інфраструктуру цих місць і забезпечують їх усім необхідним: водою, медикаментами та засобами для зв'язку, щоб бути готовими до будь-якої ситуації.

Якщо розглядати перспективи майбутнього, то існує кілька цікавих напрямів, які наразі активно розвиваються [10]:

- Метавесвіт – це новий захоплюючий майданчик для проведення подій [3]. Можна припустити, що існує можливість відвідати захід, не виходячи з дому, а занурившись у віртуальну

реальність, де взаємодія з іншими учасниками є такою ж реальною, як і в офлайн-форматі.

- NFT і блокчейн – технології вже встигли знайти своє місце у світі івентів [4]. Вони дозволяють створювати унікальні сувеніри для учасників у вигляді цифрових сертифікатів або NFT, що стають справжніми спогадами про подію.

- Штучний інтелект – ще один потенціал для індустрії Використання ШІ в плануванні подій дозволяє значно оптимізувати всі процеси, зробити їх більш точними, ефективними та навіть персоналізованими для кожного учасника [4, 7].

- Крос-культурні формати – все більше подій орієнтуються на міжнародну аудиторію, даючи можливість людям з різних куточків світу долучатися до важливих заходів, обмінюватися ідеями, налагоджувати контакти [10].

Івент-маркетинг в Україні сьогодні швидко адаптується до нових умов, особливо у період воєнного стану. Навіть у складні часи компанії не припиняють організовувати заходи, тільки тепер вони змінюють підходи та формати. Поєднання онлайн- і офлайн-форматів дозволяє залучати більшу кількість людей, зменшувати ризики й заощаджувати ресурси.

Особливо важливою тенденцією є цифровізація всіх процесів. Онлайн-платформи, віртуальна та доповнена реальність, а також штучний інтелект для персоналізації контенту – усе це не просто покращує досвід учасників, а й допомагає організаторам бути гнучкими й швидко реагувати на зміни в поведінці споживачів.

Безпека учасників – ще одна важлива складова сучасного івенту. Зараз компанії обирають лише безпечні локації, ретельно продумують план дій у випадку надзвичайних ситуацій і мають резервні варіанти на випадок, якщо доведеться перейти в онлайн-формат. Такий підхід допомагає не лише зберігати стабільність, а й підтримувати довіру людей, які приходять на заходи.

В результаті, український івент-маркетинг не тільки витримує всі труднощі, а й постійно розвивається. Впровадження інноваційних технологій, розвиток гібридних форматів та фокус на безпеку – це те, що дозволяє індустрії залишатись на плаву і навіть зростати в цих складних умовах.

Література:

1. Ali M. The Impact of Marketing Strategy on Inventory Management. Cash Flow Inventory, 2023. URL: <https://cashflowinventory.com/blog/impact-of-marketing-strategy-on-inventorymanagement/> (дата звернення: 02.03.2025).
2. Бубенець І. Г., Чатченко О. Є. Трансформація моделі бізнесу в процесі цифровізації економіки України. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2022. № 1–2 (39). С. 62–68.
3. Ігнатенко Р. В. Розвиток цифрового маркетингу у світі та в Україні. *Бізнес Інформ*, 2022. № 1. С. 450–455. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-450-455>
4. Інструменти цифрового маркетингу на основі ШІ. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/instrumenti-cifrovogo-marketingu-na-osnovi-shi-eYmut>.
5. Кавтиш, О. П., Кода К. А. Управління маркетинговою політикою підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва: збірник наукових праць*. 2020. Вип. 25. С. 103–110.
6. Неміш Ю. Сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-48>
7. Reshmidilova, S., Mykhaylyova, K., Savchuk, A., Stamat, V., & Osloпова, M. Utilisation of artificial intelligence technologies in developing marketing communication strategies. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 2024. № 22(2). DOI: <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00682>
8. Стамат В. М., Саркова А. М. Етнічний маркетинг: адаптація стратегій до різноманітності культурних споживачів. *Modern Economics*. 2024. № 46(2024). С. 120–127. DOI: [https://doi.org/10.31521/Эmodecon.V46\(2024\)-16](https://doi.org/10.31521/Эmodecon.V46(2024)-16).
9. Стамат В. М., Шаркова В. Ю. Розвиток маркетингу ресторанного бізнесу в Україні. *Modern Economics*. 2024. № 43(2024). С. 110–117. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V43\(2024\)-15](https://doi.org/10.31521/modecon.V43(2024)-15)
10. The Future of Marketing: 5 Trends and Predictions for 2024 and Beyond. URL: <https://www.gartner.com/en/marketing/topics/top-trends-and-predictions-for-the-future> (дата звернення: 02.03.2025).
11. !FEST Holding: Annual Report 2022–2023. URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/projects/coffeebooksvintage/>