

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ИВЕНТ-МАРКЕТИНГЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Событийный маркетинг в сфере туризма представляет собой эффективный инструмент, способствующий продвижению территорий через яркие и запоминающиеся мероприятия. Он позволяет создать эмоциональную связь между туристами и местами, что, в свою очередь, увеличивает поток посетителей и продлевает их пребывание [1, 2].

Основные цели событийного маркетинга включают привлечение внимания к уникальным особенностям региона, формирование бренда события и использование средств массовой информации для повышения осведомленности о нем [2, 3]. Успех этой стратегии во многом зависит от правильного выбора целевой аудитории и организации мероприятий, которые соответствуют имиджу территории [1]. Так, в событийном маркетинге в туризме наиболее эффективными являются следующие типы мероприятий:

- культурные фестивали: привлекают туристов своей атмосферой и возможностью погрузиться в местные традиции [4, 5];
- спортивные мероприятия: вызывают огромный интерес и способны значительно увеличить поток туристов [5];
- деловые события: конференции и выставки привлекают бизнес-туристов и способствуют развитию инфраструктуры [5];
- гастрономические фестивали: знакомят с местной кухней и культурой, что усиливает привлекательность региона [4, 5].

В ивент-маркетинге в 2024 г. появилось множество различных трендов, многие из них применимы и в туристической сфере. Рассмотрим каждый: персонализация остается в тренде, участники ожидают индивидуального подхода; эко-дружественные мероприятия становятся более актуальными из-за растущего осознания проблем экологии; использование искусственного интеллекта (ИИ) для анализа предпочтений участников и персонализации контента становится все более распространенным; интерактивный контент, такой как голосования, опросы, панельные дискуссии и квизы, становится неотъемлемой частью программы; кросс-каналы маркетинга, включая социальные сети, email-рассылки, рекламу и контентный маркетинг, работают в единой связке для продвижения мероприятий; wellness-тренды включают wellness-активности, такие как йога, медитация и отдых в релакс-зоне, для поддержания здорового образа жизни участников; гибридные события, сочетающие офлайн- и онлайн-форматы, продолжают набирать популярность; использование современных технологий: AR- и VR-технологии, 3D-mapping, FRID-технологии, робототехника. Таким образом, ивент-маркетинг развивается, и многое

можно использовать и в сфере туризма для привлечения внимания к интересным туристическим местам.

Источники

1. *Лунева, Е. А.* Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций : дис. / Е. А. Лунева ; Ом. гос. техн. ун-т. — Омск, 2017. — 204 л.
2. *Слогоцкий, Д. А.* Событийный маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории / Д. А. Слогоцкий // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. — 2016. — № 1 (11). — С. 96–99.
3. *Мартышенко, Н. С.* Ивент-маркетинг как инструмент продвижения туристской территории // Сборник научных трудов SWORLD. — 2013. — Т. 19, № 3. — С. 4–17.
4. *Ахундова, А. Г.* Исследование типов событийного туризма и их классификация / А. Г. Ахундова // Экономика Профессия Бизнес. — 2023. — № 3. — С. 5–11.
5. *Климова, Т. Б.* Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т. Б. Климова, Е. В. Вишневская // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. — 2014. — Т. 1, № 1. — С. 36–41.

СНИЛ «Тураналитик»

Е. А. Потапейко, Б. В. Янишевский

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М. В. Козловская

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ УСЛУГ: ПРИМЕНЕНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОГО ЗАМКОВОГО КОМПЛЕКСА

В современном мире технологии стремительно меняют туристическую индустрию. В условиях растущего интереса к культурному туризму внедрение таких технологий, как виртуальная реальность (VR) и искусственный интеллект (ИИ), может значительно повысить его привлекательность, особенно для молодого поколения. В рамках данной работы был разработан инновационный концептуальный проект «Хроники гродненских замков». Данный проект является нашей авторской разработкой и в настоящее время не реализован в Гродненском замковом комплексе. Наша концепция демонстрирует потенциальные возможности применения современных технологий (VR и ИИ) для преобразования традиционных экскурсий в интерак-