

УДК 338.4

Гордієнко А. В., здобувач освіти
Семенюк Л.Л., науковий керівник, к.геогр.н., доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ВПЛИВ РЕКЛАМНИХ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Рекламні та маркетингові стратегії впливають на популярність культурно-пізнавальних об'єктів та подій. Ефективне просування може збільшити кількість туристів, що відвідують культурні місця та події. Правильно підібрані стратегії допомагають залучити увагу аудиторії до унікальності культурного спадку [2]. Рекламні кампанії сприяють розвитку інфраструктури та послуг для культурних туристів. Дієве маркетингове планування збільшує обсяг туристичного потоку в культурні об'єкти. Реклама і маркетинг підвищують упізнаність та рейтинг культурних туристичних маршрутів. Сучасні цифрові технології реклами та маркетингу дозволяють донести інформацію про культурні об'єкти до широкої аудиторії. Інтеграція маркетингових стратегій з іншими галузями (наприклад, ресторанним або готельним бізнесом) стимулює розвиток культурного туризму.

Ефективна реклама та маркетинг, як відомо, допомагають зберегти та відновити культурну спадщину. Розробка унікальних брендів культурних міст та регіонів підвищує увагу та інтерес туристів до них. Співпраця між громадським сектором, приватними підприємствами та місцевими органами влади сприяє ефективному використанню рекламних та маркетингових стратегій у розвитку культурно-пізнавального туризму. Адаптація маркетингових стратегій до різних цільових аудиторій робить культурні об'єкти та події більш доступними та привабливими для різних сегментів туристичного ринку.

Рекламні та маркетингові ініціативи сприяють збереженню та підтримці місцевих традицій та ремесел шляхом популяризації їх серед туристів [1]. Використання соціальних медіа у рекламних кампаніях дозволяє ефективно взаємодіяти з аудиторією та створювати спільноту зацікавлених у культурному туризмі.

Аналіз результатів рекламних та маркетингових заходів дає можливість вдосконалювати стратегії та забезпечувати їхню високу ефективність у розвитку культурно-пізнавального туризму. Створення цілісних туристичних продуктів на основі духовних цінностей та традицій сприяє залученню уваги та відвідуванню історичних об'єктів.

Впровадження інноваційних підходів у рекламний чи маркетинговий план допомагає розширити аудиторію та збільшити інтерес до культурно-

пізнавального туризму. Заохочення співпраці між різними галузями економіки та культурно-туристичним сектором сприяє створенню інтегрованих туристичних пропозицій. Розвиток цільових програм та ініціатив, спрямованих на підтримку культурно-пізнавального туризму, здатний залучити додаткові інвестиції у реставрацію та розвиток культурних об'єктів.

Використання технологій віртуальної реальності та розширеної реальності в рекламних кампаніях збільшує інтерактивність та привабливість культурних об'єктів для туристів. Підтримка місцевих фестивалів через маркетингові заходи стимулює економічний розвиток та підвищення життєвого рівня мешканців регіонів.

Впровадження програми лояльності для туристів, що відвідують культурні об'єкти, сприяє повторним візитам та підвищує дохід від туризму в довгостроковій перспективі. Залучення медіа та відомих особистостей до рекламних кампаній культурного туризму може значно підвищити їхню ефективність та вплив на аудиторію [3].

Розробка спеціальних тематичних маршрутів та екскурсій за допомогою маркетингових інструментів стимулює інтерес та сприяє популяризації культурних об'єктів у місцевому та міжнародному туристичному співтоваристві. Створення мультимедійних матеріалів та інтерактивних додатків для мобільних пристроїв розширює доступність інформації про культурні об'єкти та зробити їх більш привабливими для туристів.

Рекламні та маркетингові ініціативи сприяють розширенню міжнародного туризму та підвищенню престижу культурного спадку в глобальному масштабі. Створення партнерств з іншими секторами, такими як гастрономічний туризм або спортивні події, дозволяє розширити та збагатити туристичний продукт, пропонований у рамках культурно-пізнавального туризму.

Література

1. Андросович, М. А. Мистецькі івенти в соціокультурній діяльності: феномен локальної культури. Академія керівних кадрів культури і мистецтв: Київ, 2023. 90 с.
2. Христина Пекар, Ганна Машіка. Історія виникнення смарт-туризму як інновації. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: Матеріали міжнародної наукової конференції (4 - 5 травня 2023 р.). Ужгород, 2023. С.79-83.
3. Саяпіна, Є. (2023). Методи вибору рекламної стратегії виробничого підприємства. НАУ, Київ. 2023. 95 с.