

можливості [Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (19 квітня 2019р)] / Київ: КНЕУ, 2019. – С. 193-196.

3 Маліновська О.Я., Юрченко К.О. Міжнародний досвід розвитку інноваційного потенціалу управління організацією / О.Я. Маліновська, К.О. Юрченко // Сучасна парадигма публічного управління [матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2019 р., м. Львів)] / за наук. ред. к.е.н., доцента Стасишина А.В. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 524-577.

4. Маліновська О.Я. Сучасні тенденції розвитку маркетингу як концепцій управління / Маліновська О.Я., Вовк В.В. // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28 листопада 2018 р.)] / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – С. 58- 61.

Мисик В.М., аспірантка
Науковий керівник: Жежуха В.Й.,
к.е.н., доцент, Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ

Зростання масштабів івент-індустрії тісно пов'язане із тенденціями економіки конкретного регіону. Серед чималої кількості чинників впливу на якісне управління івент-подіями дослідники Азіатсько-Тихоокеанського регіону виокремлюють три найбільш значущі [1]:

1) співвідношення ціни та якості. «Здорові» відносини ціни та якості є важливими ознаками розумної бізнес-стратегії у будь-якій галузі. Дослідивши стратегії ціноутворення в декількох агентствах по всьому регіону та проаналізувавши, як різні набори послуг івент-індустрії оцінюються, можна визначити оптимальний варіант;

2) можливості адаптування івент-подій до потреб конкретного клієнта. Привабливість послуги у сфері івент-індустрії для потенційного покупця в першу чергу обумовлюється здатністю компанії адаптувати свої рішення під потреби конкретного клієнта. Якщо обране івент-агентство оперує поняттями «налаштування» й «адаптування» у своєму наборі функцій – це хороша передумова успіху у конкурентній боротьбі;

3) технологія івент-менеджменту, що використовується. Світовий ринок управління подіями весь пронизаний розумними технологіями. Ніколи не буде зайвим запитати, чи обслуговує івент-компанія своїх клієнтів з допомогою смарт-технологій для полегшення ухвалення високотехнологічних рішень, перш ніж зробити остаточний вибір.

Із перетворенням Китаю на світову економічну наддержаву, розвитком високотехнологічної інфраструктури Гонконгу та Сінгапуру, а також безперервним впровадження успішних стартап-проектів на тлі функціонування країн Східної Азії Азіатсько-Тихоокеанський економічний регіон відзначився надзвичайно динамічним розвитком івент-індустрії. Як приклад, люди з різних частин світу проїжджають тисячі кілометрів, щоб відвідати RISE у Гонконзі та

фестиваль FinTech у Сінгапурі [1]. Відповідно, вони очікують, що ці події будуть вражаючими, віддзеркалюючи атмосферу регіону та широкий асортимент івент-технологічних нововведень.

Розглянемо декілька конкретних регіонів Східної Азії з позиції стану і перспектив розвитку івент-індустрії у них.

1. Сінгапур. Розвиток індустрії подій в Сінгапурі завжди був зумовлений тенденціями, які формують економіку країни. Сінгапур відомий своєю потужною економікою, яка процвітає вже протягом багатьох років, що дозволило країні стати регіональним центром для бізнесу та туризму. З більш ніж 30 000 міжнародних компаній, розташованих в Сінгапурі, він служить ідеальною локацією для проведення міжнародних та регіональних заходів і подій. У країні щорічно відбуваються різноманітні конференції, зібрання, виставки та конвенції в різних галузях науки (охорона здоров'я, спорт, медицина, інноваційні технології, фінанси, інвестиційна діяльність, економічні питання, міжнародна торгівля та інші).

2. Гонконг. Відвідувачі одного з найпопулярніших міст Азії – Гонконгу – завжди відзначають надзвичайні враження від поїздки, незалежно від того, їдуть вони в цілях бізнесу чи відпочинку. Привабливість та вишуканість міста в поєднанні з його культурним розмаїттям і космополітичним способом життя – це те, що привертає сюди увагу відвідувачів в першу чергу. Гонконг, беззаперечно, поєднує бізнес з гостинністю, зручністю та професіоналізмом. Інфраструктура світового класу в Гонконгу, найсучасніші майданчики для проведення заходів, чудові місця розміщення в готельних комплексах та ефективна транспортна система допомагають в процесі пошуку зручного місця для організування подій у сфері ділового туризму. І це, звичайно, сприяє зміцненню економіки міста, розвитку високотехнологічних засобів, обумовленню безпечності вулиць згідно світових стандартів, а також поширенню яскравої культури по усьому світу.

3. Китай. Як одна з країн БРІК, Китай – це зростаючий економічний ринок, наповнений потенціалом у сфері івент-менеджменту. Організування ділових поїздок як складовий елемент івент-індустрії складає 42% від загального обсягу внутрішніх поїздок у Китаї та становить 45% загальних витрат на відрядження. Шанхай (27%) та Пекін (25%) приймали більшість бізнес-поїздок в Китаї за останні 12 місяців, далі за якими йдуть такі міста, як Гуанчжоу (24%), Гонконг (11%) та Макао (6%) [2]. Ці цифри пояснюють, чому великі міжнародні мережі готелів у Китаї, незважаючи на економічне сповільнення країни, посилюють плани розширення сфери управління подіями, щоб задовольнити зростаючий попит на діловий туризм у цій країні. Багато розробок з використання готельного потенціалу включають проведення мега-виставок і конференцій, що безпосередньо є питаннями івент-менеджменту та туризму.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон в івент-індустрії характеризується чималою зосередженістю на сфері ділових та професійних поїздок, зокрема організації виставок, виробничих ярмарок, наукових та бізнес конвенцій і конференцій, бізнесових зустрічей та інсентів-турів, корпоративних заходів і святкувань. Це дозволяє залучити ширший спектр професійних послуг різних

галузей та окремих виконавців, одночасно забезпечуючи розвиток економіки, туризму і міжнародного співробітництва. Основна увага акцентується на діловому прошарку населення, які в перспективі здобудуть можливість розвивати країну на міжнародному рівні, забезпечуючи значний потік іноземного капіталу з різних країн світу.

Отже, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні івент-індустрія набуває все більшою популярності, у якій все ж домінуючу роль відіграє діловий туризм як важлива складова івент-менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Best Event Management Companies in Asia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalsignin.com/3-signs-of-a-quality-event-management-agency/>
2. Growth and Trend of China's MICE Industry. [Електронний ресурс]. – <https://www.beyondsummits.com/growth-and-trend-chinas-mice-industry/>

Михайлова М.С., магістрант
Науковий керівник: Сокіл Я.С., доцент.,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
м. Мелітополь, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У БІЗНЕС-СТРУКТУРУ В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У сучасних економічних умовах, осягнення технологічної відсталості потребує створення технологічної системи на передумові з'єднання запасів на провідних напрямках, а саме таких як: підвищення інноваційної та фінансової активності, активізація впливу комплексу маркетингу на бізнес-структуру.

У сучасному світі неоіндустріалізація надає можливість перейти на шлях диверсифікації та високотехнологічної модернізації.

Саме тому основним елементом є комплекс маркетингу, який створює умови для конкурентоспроможності й та ефективної системи управління.

Основна мета неоіндустріалізації в Україні полягає у відродженні бізнес-структур, як провідної та високоефективної системи новітніх процесів.

Створення конкурентоздатних бізнес-структур передбачає аналіз сильних та слабких сторін із подальшим розробленням плану по зміцненню позицій; забезпечення якості та безпечності робочих місць, як основи мотивації до праці, професійного вдосконалення; екологізацію бізнес-структур та досягнення стійкого конкурентного статусу на стратегічно важливих ринках [1,5].

Найважливішою метою неоіндустріалізації, є орієнтація на розв'язання виявлених проблем бізнес-структури та їх запобігання в майбутньому.

До основного переліку цілей неоіндустріалізації бізнес-структур можна віднести наступні рівні:

1. На макрорівні: