

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14849338>  
<https://pedagogical-academy.com/index.php/journal/article/view/651>

URL: <https://pedagogical-academy.com/index.php/journal/article/view/651>

7. Шикіна О.В., Дикий П.Д. (2024) Тенденції розвитку кавового бізнесу. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2024. № 12 (325). С. 124-130

**Дар'я МІХАЛЬКОВА**

ЗВО спеціальності 242 «Туризм»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв

Науковий керівник – д-р філос. наук, професор кафедри  
готельно-ресторанної справи та туризму

**Галина ГАРБАР**

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ФЕСТИВАЛІВ У ЦИФРОВУ ЄПОХУ**

Метою дослідження є розгляд новаторських методів стосовно облаштування святкувань у цифрову добу та створення порад щодо їх запровадження задля зростання дієвості, залучення гостей та конкурентоспроможності заходів. Аналіз зосереджується на практичних кейсах змішаних зразків, електронного збагачення та об'єднання Web3-технологій.

У цифрову добу організація фестивалів зазнає кардинальних змін завдяки впровадженню передових технологій, які підвищують залученість публіки, оптимізують процеси та розширюють доступність подій. Ці підходи дозволяють адаптуватися до нових реалій, як-от гібридні формати та віртуальна реальність, забезпечуючи стійкість фестивалів у постпандемійний період.

Цифровізація планування та просування. Сучасні фестивалі використовують CRM-системи та AI-алгоритми для автоматизації логістики, вибору програми та персоналізації контенту для відвідувачів. Наприклад, платформи на кшталт Eventbrite чи Cvent інтегрують big data для прогнозування попиту, що зменшує витрати на 20-30% [1].

Соціальні мережі та TikTok-тренди стають визначальними для вірусного маркетингу, де AR-фільтри та NFT-тікети залучають молодь. Гібридні трансляції через Twitch або YouTube Live розширюють географію, даючи змогу участі з будь-якої точки світу.

VR/AR та метавсесвіти як нові формати. Віртуальна дійсність перетворює фестивалі на захоплюючі світи: на SXSW чи Burning Man віртуальні окуляри дозволяють "відвідувати" сцени у віртуальному просторі, з інтерактивними елементами, як аватари та 360-відео. Метавсесвіти на основі Decentraland чи Roblox пропонують віртуальні концерти з токенизацією здобутків [2].

AR-додатки, наприклад, Pokemon GO-подібні завдання, об'єднують фізичний простір із цифровим, збільшуючи залученість на 40%. Такі технології роблять фестивалі доступними для людей з обмеженими можливостями [1].

AI та блокчейн для монетизації та безпеки. Штучний інтелект відслідковує відгуки в реальному часі для налаштування програми, а чат-боти надають індивідуальне обслуговування. Блокчейн-технології через NFT формують неповторні цифрові колекційні предмети (фестивальні сувеніри, перепустки), приносячи додатковий прибуток [2].

Екологічні аспекти: цифрові квитки та онлайн-каталоги зменшують паперовий слід, сприяючи стійкості. Безпека даних через blockchain захищає від фейків та шахрайства [1].

Виклики та перспективи впровадження. Головні перешкоди — цифровий розрив у регіонах та кіберзагрози, проте гібридні моделі (як IDFA чи Oberhausen) демонструють успіх. Майбутнє — за AI-згенерованим контентом та Web3-інтеграцією, що зробить фестивалі світовими майданчиками креативних індустрій.

Інновації не лише збільшують ефективність, але й перетворюють фестивалі на рушії культурного розвитку, пристосовуючись до потреб Gen Z та Alpha [1, 2].

Отже, іноваційні процеси у сучасному світі, цифрова трансформація докорінно змінює культурно-подієву сферу, роблячи фестивалі важливими

майданчиками для інновацій та глобальної взаємодії. Звичні підходи до їх організації вже не відповідають викликам цифрової доби, де панують інноваційні цифрові методи (VR/AR, ШІ, блокчейн) здійснюють зростання ефективності та залучення фестивалів, перетворюючи їх на світові майданчики. Це породжує нові шанси для залучення слухачів, вдосконалення процесів та сталого розвитку подій.

Список використаних джерел:

1. Галузінська Л. М. Р. Інноваційні методології в організації культурних заходів в умовах цифровізації : [тези доп.] Л. М. Р. Галузінська. [Б. м.] : НАКККіМ, 2023. 10 с. Режим доступу: [https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5804/%D0%9C%D0%A0\\_%D0%93%D0%B0%D0%BB%D1%83%D0%B7%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%9B.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5804/%D0%9C%D0%A0_%D0%93%D0%B0%D0%BB%D1%83%D0%B7%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%9B.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

2. Коронна К. В. Інноваційні підходи до менеджменту організацій у цифрову епоху : [тези доп.] К. В. Коронна. Київ : КНУТКТ, 2022. 8 с. Режим доступу: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/935/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A.%D0%92..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Олександра КОРЮКІНА**

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
Миколаївський національний аграрний університет  
м.Миколаїв

Науковий керівник – д-р.екон.наук, професор кафедри  
готельно-ресторанної справи та туризму

**Ірина БАНЄВА**

## **SMM-СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО ГОТЕЛЮ**

Малі готелі все частіше використовують маркетинг як стратегію, щоб продовжувати розвиватися та бути конкурентоспроможними в сучасній боротьбі на ринку готельних послуг. Незважаючи на те, що малим підприємствам не вистачає ресурсів, вони повинні розробити маркетингові стратегії, які максимально відповідають їхнім потребам.

Початок ХХІ століття – неймовірний виклик для маркетологів. Мобільний маркетинг, віртуальна реклама, багатоканальна торгівля, електронна