

М. Зайцева

ВИСТАВКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

M. Zaitseva

EXHIBITIONS AS A MARKETING TOOL IN TOURISM

Індустрія туризму є одним із важливих джерел отримання прибутку у всьому світі і водночас це дієвий фактор культурного обміну між країнами. Індустрія туризму посідає особливе місце як найбільш поширена сфера послуг у світі. Організація та проведення туристичних виставок надає можливості представити країну на зовнішньому та внутрішньому ринку, її туристичний потенціал, умови та зручності, а також створити взаємовідносини між туристами, місцевими мешканцями та місцем призначення. Крім того, залучення туристів залежить від соціального, економічного та культурного стану країни.

Багато регіонів, які мають позитивний досвід у процесі планування туризму, доклали зусиль, щоб включити туризм у свої плани розвитку, залучити різні зацікавлені сторони в управлінні процесом та розробку рекламних програм та матеріалів. Покращення якості життя не може існувати без економічного зростання й розвитку туризму. Розвиток туризму, особливо в менш розвинених країнах, є дієвим фактором протистояння бідності, що збільшує доходи різних соціальних верств, розвиває економіку країни, знижує безробіття і, отже, сприяє якості життя й підвищує соціальний добробут.

Для того щоб розвиток туризму мав стійкі результати, ділові операції мають бути стійкими. Стійкий розвиток для бізнесу нині означає адаптацію бізнесу, розробку стратегій та заходів, що відповідають потребам підприємства та його стейкхолдерів, захищаючи, підтримуючи та покращуючи людські та природні ресурси, які знадобляться в майбутньому.

Оскільки маркетинг розглядається як одна з основних частин бізнес-операцій, він впливає на стійкий розвиток туризму. Маркетинг — це соціальний та управлінський процес, за допомогою якого окремі особи та групи отримують те, що їм потрібно, створюючи обмін продуктами та цінностями з іншими, а виставка може бути найважливішим компонентом комплексу маркетингу. Це події, які об'єднують в одному місці групи постачальників, дистриб'юторів та супутні служби, які встановлюють фізичні експонати своїх продуктів та послуг туристичної галузі.

Ефективне проведення виставок є однією з основних частин маркетингового комплексу, що підвищує вивчення ролі туристичних виставок у стійкому розвитку туризму.

Маркетинговий комплекс охоплює такі чотири основні фактори, як товар, ціна, місце, просування, де кожен фактор включає безліч заходів. Просування, як фактор комплексу маркетингу, утримує всі інструменти комунікації, які можуть надіслати повідомлення аудиторії. Ці інструменти можна поділити на п'ять груп: реклама, стимулювання збуту, зв'язок з громадськістю, продажі та прямий маркетинг. Частка стимулювання збуту нині досягає близько 70%, що є одним з інструментів просування, а виставки — одним з ефективних інструментів просування.

Виставковий маркетинг є найбільш економічно ефективним засобом залучення клієнтів та перспектив. Проведення виставок скорочує цикл покупки і дозволяє компаніям досягати прихованих покупців. Основними маркетинговими цілями виставки є ілюстрування нових продуктів, розвиток ринків, сприяння продажів та

замовлень, підвищення корпоративного статусу та іміджу. Виставки, як інструмент маркетингу, допомагають викликати інтерес, активізувати поінформованість експонентів та відвідувачів, створити негайні продажі, наймати торгових представників, зустрічатися з людьми, дивитися на конкуренцію та беззбитковість.

Успіх вірогідніший, коли в компанії є добре продуманий маркетинг та маркетингова стратегія. Якщо виставки правильно організовані та проведені, водночас зі стратегією та цілеспрямованим програмуванням, вони допоможуть досягти успіху і залучити клієнтів цільового ринку. Зважаючи, що виставки проводяться на місцевому, національному чи міжнародному рівні, вони мають плануватися та організовуватися способом, придатним для цих рівнів.

Туристична виставка — це не тільки місце, де представлені туристичні можливості та сильні сторони країни для громадськості, установ та пов'язаних організацій, але це й ознайомлення населення з установами та організаціями, які є адміністраторами в галузі туризму. Крім того, туристична виставка має закласти основу роботи з в'їзду в країну. Туристичні виставки це одне з явищ туристичної привабливості. Відвідувачі, туристи та ділові експоненти зумовлюють значні прямі та непрямі економічні вигоди для всіх, а головне, для сторони, що приймає.

Розвиток індустрії туризму згладжує шлях до просування на експортні ринки, призводить до збільшення частки в міжнародній торгівлі та зростання нафтового експорту. Постійна присутність іноземних учасників на туристичній виставці відбувається через регулярні проміжки часу, що призводить до просування, а якісний рівень виставок вимагає тісної взаємодії експертів маркетингу та активістів туріндустрії.

Крім одержання доходу та економічних вигод для країни, туристичні виставки використовуються для пропаганди культури, звичаїв, традицій та релігії, а також знайомлять з історичними, релігійними цінностями та навколишнім середовищем.

Окрім розвитку та просування туризму, туристичні виставки допоможуть підтримати економічні, соціокультурні та екологічні аспекти. Організація та проведення туристичних виставок буде корисною для багатьох учасників, таких як туристи, експоненти, мешканці територій, де всі відвідувачі прямо чи опосередковано отримують прибуток. Люди, які мешкають навколо виставкових майданчиків, отримують прибуток від надання таких послуг, як розміщення, харчування, транспорт тощо. Туристичні агенції та компанії представлять свої бренди та пропонують свої програми та турпродукти. Відвідувачам можуть бути надані валізи, придатні для подорожей, та інші туристичні продукти. Більш того, проведення виставки сприяє популяризації території та допоможе стати помітнішою в очах громадськості.

Різні країни та регіони мають можливість продемонструвати свої сукні, їжу, мову, традиції, музику, ремесла, історію, релігію та всі потенційні туристичні пам'ятки шляхом проведення виставки чи участі в ній. Це покращить розуміння та культурну толерантність між різними культурами, що має велике значення в глобалізації. Крім того, відвідувачі та інші учасники можуть практикувати порівняльний підхід та ознайомитися з найкращим досвідом та позитивними практиками інших.