

**Буняк Н.М.**

*к.е.н., доцент,*

*доцент кафедри менеджменту,*

*Волинський національний університет імені Лесі Українки,*

*м. Луцьк*

## **ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РЕГІОНУ**

Створення сильного та впізнаваного бренду регіону відіграє важливе значення в забезпеченні його економічного, соціального та культурного розвитку, оскільки сприяє залученню інвесторів, туристів, кваліфікованих кадрів та поліпшенню якості життя місцевих жителів. В умовах становлення економіки вражень зростає роль івент-менеджменту як одного із найбільш ефективних, інтерактивних та емоційно насичених інструментів формування у свідомості цільової аудиторії унікального, позитивного та стійкого сприйняття певної території.

У сучасному глобалізованому суспільстві регіони конкурують не лише за ресурси, але й за увагу зі сторони різних спільнот. Події, від невеликих локальних фестивалів до масштабних міжнародних форумів чи спортивних змагань, створюють глибинні асоціації з місцем їх проведення, сприяють нарощенню його конкурентних переваг.

Сьогодні івент-менеджмент є дієвим інструментом формування бренду регіону, оскільки передбачає організацію та проведення унікальних заходів (івентів), які залучають відвідувачів, просувають місцеві особливості (культуру, традиції, бізнес) та приваблюють інвестиції. Основна його перевага – це створення цілісної системи асоціацій про територію, на якій вони проводяться на основі її реальної ідентичності. Івент, об'єднуючи місце, час, емоцію та цільове повідомлення в єдиний незабутній досвід залишає у відвідувачів не просто інформацію, а глибокий емоційний відбиток, який на рівні підсвідомості пов'язує позитивне переживання з назвою регіону, дозволяє просувати його унікальний образ, що «поєднує в собі емоційні, культурні та економічні компоненти» [2].

Сильний і успішний бренд регіону не може бути сформований виключно природним шляхом, він потребує цілеспрямованих дій зі сторони усіх зацікавлених сторін, організації та проведення різного роду заходів, орієнтованих насамперед на усвідомлення та візуалізацію його унікальної ідентичності, підвищення до нього «як внутрішнього, так і зовнішнього інтересу» [1, с. 50]. Саме івент-менеджмент дозволяє територіальному утворенню чітко заявити про свою економічну або культурну спеціалізацію. Зокрема бізнес-форуми, хакатони та інноваційні саміти позиціонують територію як технологічний та інвестиційний хаб, привертаючи увагу потрібних інвесторів

та кваліфікованих фахівців. Спортивні події підкреслюють її безпеку, розвинену інфраструктуру та прихильність жителів до здорового способу життя.

Заразом проведення різного роду івентів дозволяє:

- залучити туристичні потоки (унікальні, якісно організовані події (фестивалі, історичні реконструкції, ярмарки) є мотивом для подорожі; інвесторів (спеціалізовані ділові заходи надають персональну платформу для переговорів, демонструючи прозорість місцевої влади та спроможність інфраструктури, що є важливим для прийняття рішення про інвестиції);

- утримати та привабити висококваліфікованих фахівців, які шукають не лише роботу, а й спільноту та якісний простір для життя, що забезпечується подією насиченістю;

- продемонструвати організаційну спроможність регіону та компетентність місцевих органів влади;

- створити позитивний інформаційний фон у національних та міжнародних медіа;

- поліпшити імідж регіону.

Загалом ефективний івент-менеджмент є: каталізатором розвитку інфраструктури та формування привабливого іміджу; інструментом позиціонування регіону, механізмом посилення соціальної згуртованості місцевого населення та збагачення його культурного життя. У контексті формування сильного бренду регіону івент-менеджмент повинен:

- розглядатись як складовий елемент стратегії розвитку регіону, зокрема під час планування, організації та проведення івентів необхідно враховувати його конкурентні переваги та стратегічні пріоритети розвитку, запити цільових аудиторій, зосереджувати увагу на унікальності пропозиції;

- передбачати організацію та проведення незабутніх івентів, які інтегрують унікальні місцеві елементи – історію, традиції, гастрономію, мистецтво чи ландшафти, та є достатньо масштабним (щоб привернути увагу ЗМІ) й регулярними (щоб створити стійку традицію і сформувати очікування у цільовій аудиторії);

- забезпечувати проведення івенту на високому рівні, оскільки його успішність безпосередньо відбивається на образі регіону, його іміджі.

Отже, у теперішніх реаліях івент-менеджмент є незамінним, динамічним та потужним інструментом формування та просування бренду регіону. Забезпечуючи прямий, інтерактивний та емоційно насичений досвід, івенти перетворюють абстрактне поняття «бренд» на реальні, пам'ятні асоціації. Успішна реалізація його потенціалу вимагає не просто організації якісного заходу, а його стратегічної інтеграції у загальну політику регіону.

#### *Список використаних джерел*

1. Динник І. П. Брендинг регіону як інструмент публічного управління регіональним розвитком. *Держава та регіони. Публічне управління і адміністрування*. 2024. №1. С. 48–53.

2. Оксенюк К. І. Брендинг регіонів України: мотиваційні акценти та стратегічні орієнтири. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 77. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6346/6289> (дата звернення: 03.10.2025).