

УДК 338.48

Каїль О.О.

студент гр. Тм-2

КЗВО «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР

м. Запоріжжя, Україна

наук. кер. – д.е.н., професор Юхновська Ю.О.

РЕКЛАМА ТА МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Реклама та маркетинг туристичних послуг в Україні в умовах війни представляють надзвичайно складну та суперечливу задачу. Війна завжди має негативний вплив на туристичну індустрію, оскільки вона призводить до підвищеної нестабільності, загрози безпеці, та руйнує звичні туристичні маршрути. Проте, навіть в умовах конфлікту і війни, існують можливості для розвитку та відновлення туристичного бізнесу в Україні. Для цього необхідно докладати спеціальні зусилля та застосовувати новаторські стратегії маркетингу.

Однією з найважливіших складових в маркетингу туристичних послуг в умовах війни є забезпечення безпеки та довіри. Туристи, незалежно від ситуації, завжди величезну увагу приділяють своїй безпеці. Тому рекламні кампанії повинні акцентувати належну увагу на гарантіях безпеки, інфраструктурі для туристів, та наявності актуальної інформації щодо безпеки в регіоні.

Геополітичні фактори відіграють важливу роль у маркетингу туристичних послуг в Україні. Рекламодавці повинні адаптувати свої стратегії до обставин, що змінюються на світовій арені, враховуючи можливість санкцій та політичних рішень, які можуть вплинути на ринок туризму.

Співпраця з місцевими органами влади та громадськими організаціями також стає критично важливою в умовах конфлікту. Завдяки спільним ініціативам і ресурсам, можна створити позитивну репутацію країни і сприяти відновленню туристичної галузі.

Етика реклами та маркетингу в умовах війни також важлива. Важливо враховувати соціальну відповідальність та утримуватися від використання ситуації в який-небудь користі для рекламодавця, яка може загрожувати іміджу України як країни, яка переживає важку війну.

Умови війни можуть призвести до зміни цільових ринків. Туристи можуть шукати нові регіони для подорожей, або бажати відвідати Україну, щоб виразити підтримку або спостерігати за подіями власними очами. Рекламодавці повинні

бути готові до адаптації, до зміни цільових аудиторій.

Інновації та креативність грають ключову роль в маркетингу туристичних послуг в умовах війни. Відновлення інфраструктури, розробка нових маршрутів та послуг, може створити нові можливості для розвитку галузі.

Також важливо зауважити, що реклама та маркетинг можуть виконувати важливу соціальну роль у військових конфліктах. Інформаційні кампанії можуть сприяти усвідомленню ситуації, миру та допомагати міжнародній громадськості зрозуміти реальний стан речей в Україні.

Завдяки розумному маркетингу та рекламі, Україна може підтримати свої туристичні амбіції, навіть в умовах війни. Сприяючи безпеці, заохочуючи співпрацю, та використовуючи креативні підходи, країна може залучити туристів та сприяти відновленню індустрії туризму в майбутньому.

Отже, в умовах війни, реклама та маркетинг туристичних послуг в Україні стають особливо актуальними питаннями, які вимагають обережного та обґрунтованого підходу. Основним завданням є забезпечення безпеки туристів, що передбачає чітку комунікацію стосовно поточної ситуації та дотримання всіх необхідних заходів безпеки. Необхідно акцентувати увагу на унікальності та культурному спадку України, залучати міжнародних партнерів для спільної промоції туристичних маршрутів, а також використовувати передові технології для привертання уваги туристів. Важливо також підкреслити роль туризму у стійкому розвитку та його позитивний вплив на економіку та громади України, незважаючи на виклики військового конфлікту.