

74. Особливості реклами в туристичному бізнесі

Оксана Шашлюк, Наталія Погуда

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Роль реклами в туризмі постійно зростає, що зумовлено її особливістю прогресувати та змінюватися. Реклама займає вагоме місце у просуванні туристичного продукту і стимулює його збут.

Матеріали та методи. У дослідженні були використані загальнонаукові і спеціальні методи. Зокрема, метод узагальнення та наукової абстракції.

Результати. Реклама – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку [1].

Реклама туристичного продукту має ряд особливостей, які визначаються специфікою туристичних послуг. Наприклад туристичні послуги, не мають постійних властивостей, таких як якість, смак, корисність, тому потрібно попіклуватися про інформаційне насичення реклами та про її пропаганду. Ще одна особливість це – не можливість порівняння з іншим продуктом чи послугою, адже кожна послуга має свої особливості. Туристична реклама несе велику відповідальність за достовірність інформації, яка просувається за її допомогою. Особливість туристичних послуг диктує необхідність застосування візуальних наочних засобів, які повніше висвітлюють об'єкт туристичного інтересу [2].

Висновок. Отже, можна зробити висновок, що туристична реклама має ряд особливостей, і коли туристичне підприємство вибирає свою рекламу, то потрібно обов'язково враховувати всі її особливості.

Література

1. Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме. - С.-Петербург, 1997. – 184 с.
2. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с