

Каур Т.О.,
здобувач вищої освіти спеціальності 281 – Публічне управління та
адміністрування
Науковий керівник:
Кушнірук В.С.,
кандидат економічних наук, доцент
Миколаївський національний аграрний університет

МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Індустрія туризму, одна з найбільших і найбільш швидко зростаючих галузей у світі, робить значний внесок у глобальний економічний розвиток, створення робочих місць та культурний обмін. За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC), у 2019 році індустрія туризму виробила приблизно 10,4% світового ВВП та підтримала понад 334 мільйони робочих місць (WTTC, 2020). Однак швидке розширення цієї галузі породило безліч проблем, які потребують ефективних стратегій управління для забезпечення її сталого зростання та стійкості [1].

Менеджмент в індустрії туризму – складна і багатогранна область, яка включає широкий спектр діяльності, включаючи стратегічне планування, маркетинг, обслуговування клієнтів, розвиток дестинацій і охорону навколишнього середовища. Оскільки індустрія продовжує розвиватися і адаптуватися до мінливих споживчих переваг, технологічних досягнень і глобальних тенденцій, роль менеджерів в управлінні туристичними підприємствами та напрямками стає все більш важливою.

Маркетинг грає вирішальну роль у залученні туристів та просування напрямків. Успішний менеджмент туризму передбачає створення переконливих маркетингових кампаній, що підкреслюють унікальні пам'ятки та враження від місця. Цифровий маркетинг, соціальні мережі та аналіз даних стали незамінними інструментами для охоплення глобальної аудиторії. Крім того, в останні роки набули популярності стійкий та відповідальний туристичний маркетинг, у якому особлива увага приділяється етичним нормам та участі суспільства [2].

У сфері туризму обслуговування клієнтів має першорядне значення. Це передбачає навчання персоналу, підтримку високих стандартів обслуговування та оперативне реагування на відгуки та проблеми клієнтів. Виняткове обслуговування клієнтів не тільки призводить до повторних покупок, а й сприяє формуванню позитивних рекомендацій з вуст в уста, які необхідні для успіху напряму.

Відзначимо, що управління індустрією туризму – це багатогранне завдання, яке включає стратегічне планування, маркетинг, обслуговування

клієнтів, стійкість, адаптованість і відповідальну практику. Будучи одним з найбільших секторів у світі, що найбільш динамічно розвиваються, туризм здатний стимулювати економічне зростання, сприяти культурному обміну і надавати можливості спільнотам у всьому світі. Однак ця галузь також стикається з численними проблемами, включаючи екологічні проблеми, зміну споживчих переваг та вплив глобальних подій, таких як пандемія COVID-19.

Ефективне управління туризмом має важливе значення для успішного вирішення цих проблем та забезпечення довгострокової стійкості туристичних напрямків та бізнесу. Стратегічне планування та інноваційні маркетингові стратегії дозволяють менеджерам з туризму залучати відвідувачів, створювати унікальні враження та залишатися конкурентоспроможними на переповненому ринку. Більш того, відповідальна туристична практика та ініціативи в області сталого розвитку грають вирішальну роль мінімізації негативного впливу на довкілля та місцеві спільноти при одночасній максимізації вигод від туризму. Прийняття етичних норм та збереження культурної спадщини мають основне значення для відповідального управління туристичними напрямками [3].

У сучасному швидко мінливому світі адаптивність та інновації є ключовими факторами успіху в управлінні туризмом. Менеджери повинні використовувати нові технології, передбачати потрясіння на ринку та постійно шукати способи покращити туристичний досвід за допомогою розробки та дизайну продуктів. У міру нашого просування вперед менеджери з туризму, політики та зацікавлені сторони в галузі повинні працювати разом, щоб вирішувати проблеми, що виникають, і використовувати можливості в цій галузі.

Інтегруючи ці принципи та практику у свою діяльність, індустрія туризму може сприяти сталому економічному зростанню, культурному збагаченню та збереженню навколишнього середовища, гарантуючи, що майбутні покоління зможуть продовжувати досліджувати різноманітні чудеса світла та насолоджуватися ними.

Список літератури

1. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). Economic Impact Reports 2020. Retrieved from <https://www.wttc.org/economic-impact/2020/>
2. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
3. Hudson, S., Hudson, D., & Miller, G. (2013). The responsible marketing of tourism: The case of the Gold Coast, Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 643-658.