

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Туризм має велике значення для економіки багатьох країн, оскільки він приносить дохід через готельний бізнес, ресторани, транспортні компанії та інші послуги. Він також сприяє міжкультурному обміну та розвитку пізнавальних інтересів людей усіх національностей та віросповідань.

В офіційних документах державного рівня, поняття туризм визначається як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [1].

Останні десятиліття туризм в усьому світі активно набуває широкого розвитку, а також має великий вплив на економіку країн, що мають відповідні ресурси для розвитку туристичної галузі. Адже це дає можливість створювати нові робочі місця, розвивати економіку та отримувати прибуток.

Менеджмент туристичної індустрії – це система управління виробничими, транспортними, торговельними, сервісними підприємствами і засобами розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, через підготовку кадрів та ефективне використання природних багатств, матеріальних, духовних, фінансових, інтелектуальних та інших можливостей [2].

Менеджмент туристичної галузі включає в себе ряд принципів, які сприяють успішному управлінню туристичним бізнесом. Самі по собі принципи менеджменту включають чітко встановлені правила та норми управління, відповідно до яких на підприємстві діє система менеджменту.

Основні із них для туристичної галузі є :

1. Задоволення потреб клієнтів: Головна мета у туризмі – задоволення потреб та очікувань туристів. Важливо розуміти і враховувати їхні побажання та створювати продукти та послуги, які відповідають їхнім потребам.

2. Якість обслуговування: Слід відзначити провідну роль в туристичній галузі. Гості мають отримувати високоякісне обслуговування в готелях, ресторанах, авіакомпаніях та інших закладах.

3. Планування та управління ресурсами: Ефективне управління ресурсами, такими як фінанси, персонал, інфраструктура та матеріали, грає важливу роль у туристичному бізнесі. Оптиміальне розподілення ресурсів дозволяє знижувати витрати та збільшувати прибуток.

4. Розвиток та інновації: Галузь туризму постійно змінюється, тому важливо бути готовим до інновацій та розвитку. Впровадження нових технологій, розширення послуг та постійне вдосконалення процесів допомагають залишатися конкурентоспроможним.

5. Взаємовигідне партнерство та співпраця: В туристичній галузі важливо співпрацювати з іншими підприємствами та організаціями, такими як місцеві влади, транспортні компанії, туристичні агентства тощо. Це допомагає забезпечити повний спектр послуг для клієнтів.

6. Конкурентоспроможність галузі: Зростає кількість гравців на ринку туристичних послуг, що призводить до збільшення конкуренції. Менеджери повинні бути креативними та ефективними в розробці стратегій маркетингу та обслуговування. Регулярно проходити навчання, відвідувати вебінари.

7. Дотримання правил та нормативів: у багатьох країнах існують правила та нормативи, які регулюють туристичну діяльність. Дотримання цих правил є важливим для забезпечення безпеки та комфорту туристів[3].

8. Digital – маркетинг, реклама та контент-маркетинг Добре розроблена маркетингова стратегія допомагає залучати більше клієнтів. Маркетингові дослідження, рекламні кампанії і просування допомагають привертати увагу та збільшувати попит на туристичні послуги.

Як показує практика, на прикладі туристичного курорту Bukovel,

створення якісного *контенту* (контент - будь-який матеріал інформаційного значення. наприклад, відео, фото, аудіо тощо) дало змогу ще більше привернути уваги до себе, як до високоякісного та всесезонного курорту на Заході України. На сторінках інстаграму, фейсбуку, або іншої інтернет платформи час від часу розміщується актуальна інформація про сучасний стан курорту, новинки, акції, розіграші, індивідуальні пропозиції курорту для відпочиваючих.

Головною особливістю контенту має бути коротка, оригінальна назва, що легко запам'ятовується, і не несе обтяження. Також має місце чітка візуалізація. Пам'ятайте, економити тут взагалі не можна, на кону репутація, а це дороге коштує.

Основною задачею digital -маркетингу, як відомо є збільшення прибутку тієї чи іншої компанії чи підприємства. Контент, який викладають на сторінки курорту працівники відділу маркетингу, має бути цікавим, актуальним, викликати бажання поділитися ним, спробувати нові пропозиції від компанії.

Так, наприклад, на початку жовтня 2023 року курорт Bukovel, анонсував відкриття найбільшого оглядового колеса в Карпатах, на висоті 45 метрів. Одразу була доступна вартість квитка (загальний, пільговий та дитячий), та актуальний графік роботи з прикріпленими фото, відео та хештегами об'єкта. [4]

Використання контент-маркетингу дуже популярне останнім часом – воно сприяє залученню користувачів за допомогою публікації цікавого контенту. Трафік надходить як із звичайного цілеспрямованого пошуку, так і за рахунок сарафанного радіо: активні користувачі, яким сподобався контент, поширюватимуть інформацію, публікуючи історії тощо.

9. *Цифрові технології у туризмі*: Інтернет, мобільні додатки та соціальні медіа впливають на бронювання, маркетинг та обслуговування туристів. Особливим моментом тут виступає цифровий маркетинг. В останніх трендах я хотіла би виділити *таргетинг* Це певний вид інтернет - реклами, що націлений на певний сегмент споживачів, який був обраний завдяки детальним параметрам. Цю рекламу ще називають цільовою, тобто переглядачі «такої» реклами вже потенційно зацікавлені в даному продукті або послугі. Таргетинг дуже

популярний в соціальних мережах, де проводять багато часу користувачі інтернету. Переваги даного виду реклами очевидні:

- оголошення бачать вже потенційно зацікавлені клієнти;
- швидкий доступ до інформації клієнтом;
- висока ефективність.

Так, для прикладу, переглядаючи новини в мережі Instagram, реклама сама з'являється на екрані смартфона, якщо ви вже є потенційно зацікавлені.

В останні роки туристична галузь України переживає непрості часи, стикаючись із постійними перешкодами. На шляху в туристичної індустрії зустрічаються численні особливості та виклики, що виникають у зв'язку з глобалізацією, розвитком інтернет-технологій та змінами в споживчих уподобаннях туристів, а також впливу зовнішніх незалежних факторів. Це означає, що сучасний менеджмент туристичної індустрії вимагає від фахівців бути адаптивними, інноваційними та спроможними вирішувати складні завдання.

Важливо враховувати усі перераховані вище особливості менеджменту туристичної індустрії, приділяючи першочергову увагу останнім двом підпунктам, що виступають актуальними у сучасних умовах при плануванні та розробці стратегій, і вирішенні завдань у цій галузі.

Література:

1. Про туризм: закон України від 15 вересня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1995.-№32.- ст.241. (дата звернення 30.10.23)
2. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н., Цепенда М.В. та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2019. – 440 с. (дата звернення 30.10.23)
3. Мандюк Н. Л., Манько А. М. Менеджмент у туризмі : навч. посібник. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 198 с. (дата звернення 30.10.23)
4. Bukovel [Електронний ресурс]: <https://bukovel.com/news/u-bukovel-rozpochinaie-robotu-koleso-ogliadu> (дата звернення 30.10.23)