
Психологічні аспекти управління в галузі туризму: роль ефективного ділового спілкування

Людмила Алексєнко-Лемовська

Кафедра туризму та соціально-гуманітарних наук Європейської школи бізнесу

Міжнародного європейського університету, м. Київ, Україна

ORCID 0000-0001-5391-0719

Для цитування цієї статті:

Алексєнко-Лемовська Людмила. Психологічні аспекти управління в галузі туризму: роль ефективного ділового спілкування. International Science Journal of Education & Linguistics. Vol. 3, No. 1, 2024, pp. 26-34. doi: 10.46299/j.isjel.20240301.04.

Надійшла до редакції: 16 грудня 2023 р.; **Схвалено:** 24 січня 2024 р.;

Опубліковано: 01 лютого 2024 р.

Анотація: У статті розкривається роль якості ділового спілкування на реалізацію управлінських завдань в туристичній індустрії. Розкривається сутність впливу комунікації на управління в галузі туризму. Зазначається, що ефективне ділове спілкування в туризмі є ключовою складовою успішної діяльності, що допомагає забезпечити високу якість послуг, створити позитивний імідж та досягти поставлених цілей. Визначено шляхи покращення якості ділового спілкування в галузі туризму.

Ключові слова: туристична індустрія, управлінські завдання, ділове спілкування, психологічні аспекти.

1. Вступ

У сучасному світі, де туризм стає все більш важливою галуззю економіки та соціокультурного розвитку, розуміння та використання психологічних аспектів управління є невід'ємною частиною успіху. Управління в галузі туризму стикається зі складними завданнями, пов'язаними з організацією подорожей, роботою з клієнтами, забезпеченням якості обслуговування та багато іншого.

Спілкування визначається як процес взаємодії громадських суб'єктів: соціальних груп, спільнот або осіб, в якому відбувається обмін інформацією, досвідом, здібностями і результатами діяльності. Ефективне ділове спілкування грає ключову роль у взаємодії між туристичними підприємствами, клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Однак воно також вимагає розуміння психологічних аспектів взаємодії.

Успішний розвиток туристичної індустрії залежить від ефективного управління та координації діяльності різних суб'єктів, таких як туристичні компанії, готелі, туристичні агентства, органи державної влади та інші. Впровадження вимог до якості ділового спілкування допомагає забезпечити ефективний та успішний розвиток туристичної галузі, залучення нових клієнтів та підтримку позитивного іміджу регіонів, що є важливим у глобалізованому світі та конкурентному середовищі туристичного бізнесу.

2. Об'єкт і предмет дослідження

Об'єктом дослідження виступає управління в галузі туризму, предметом – психологічні аспекти управління в галузі туризму, з фокусом на роль ефективного ділового спілкування.

3. Мета та задачі дослідження

Метою дослідження є аналіз психологічних аспектів управління в галузі туризму, при зосередженні на ролі ефективного ділового спілкування. Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання: визначити психологічні чинники в комунікаційному середовищі, розкрити вплив психологічних чинників на ефективність управлінської діяльності в галузі туризму, проаналізувати основні тенденції та перспективи використання психологічних знань для оптимізації управлінських процесів у туристичній індустрії.

4. Аналіз літератури

Результати сучасних досліджень свідчать про те, що туризм є сферою, привабливою для багатьох. Особливість туристичної діяльності полягає у тому, що послуга – це уявний продукт, який неможливо відчутися на дотик, побачити під час укладення договору, і лише кваліфікований фахівець, здатний переконати клієнта придбати дану послугу. У зв'язку із цим набуває величезного значення процес позиціювання та надання послуг. Якість обслуговування клієнтів підвищується разом із поліпшенням освіти та підготовки фахівців, прийнятих на роботу в туристичну організацію [1]. Загалом специфіка ділового спілкування обумовлена тим, що воно виникає на основі і з приводу певного виду діяльності, пов'язаної з виробництвом продукту або ділового ефекту. При цьому сторони ділового спілкування виступають у формальних (офіційних) статусах, які визначають необхідні норми і стандарти (у тому числі етичні) поведінки людей. Відмінною рисою ділового спілкування є те, що воно не є самоціллю, а служить засобом для досягнення яких-небудь інших цілей, зв'язаних з практичною діяльністю людини [2]. Вчені наголошують, що менеджмент туристичної індустрії повинен слідувати світовим тенденціям, щоб бути здатним відповідати на виклики, що виникають у глобальному масштабі. Сучасний бізнес базується на таких мережах, де інформація і комунікація є ключем до успіху. Важливим показником у цій інформаційно-комунікаційній системі є якість ділового спілкування [3]. Оскільки туристична діяльність тісно пов'язана з роботою з людьми, важливо, щоб фахівці були позитивно налаштовані по відношенню до клієнта. А менеджери туристичної сфери, які повинні вміти складати різноманітні групові та індивідуальні тури, чітко відстежуючи пропозиції і попит, мають бути хорошими психологами, щоб знайти підхід до кожного й кожного задовольнити [4]. Використання позитивної психології у рекреаційних програмах спрямовується на підвищення загального настрою та задоволення туристів. А відчуття радості, вдячності та задоволення від відпочинку сприяє покращенню якості туристичного досвіду [5].

Аналізуючи процеси розвитку комунікаційних систем, науковці визначають вплив соціально-психологічних процесів на комунікацію та управлінські процеси. Зазначається, що в умовах конкурентного середовища у сфері послуг комунікаційні процеси забезпечують високу конкурентоспроможність підприємств за умови їх ефективної реалізації. Тому актуальними є питання пошуку інноваційних комунікаційних технологій у системі розвитку туристичних і готельно-ресторанних підприємств [6].

Туристично-рекреаційна індустрія розглядається як сукупність галузей господарства, що базуються на специфічних природно-культурних ресурсах загальнодержавного, регіонального та місцевого значення; являє собою інтегровану профільну галузь «спеціалізації» в системі розподілу праці, виконує функції «обслуговуючої» галузі з наданням основних та допоміжних послуг (готелі, ресторани, клуби тощо) та «інфраструктурної» галузі щодо забезпечення як

комунікаційних зв'язків (маркетинг, менеджмент тощо), так і технологічних потреб (транспорт, інженерне обладнання тощо) [7].

При аналізі сучасних бізнес-моделей для досягнення сталого розвитку в галузі туризму звертають увагу на управлінську діяльність підприємств, що зосереджуються на напрямках діяльності, які виявляються здатними до підвищення рівня конкурентоспроможності та рівня освіченості громадян при врахуванні соціальних та психологічних факторів, оптимізації всіх існуючих функціональних систем, що ґрунтуються на інноваціях в туристичній індустрії [8].

Проблематика підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу в умовах глобалізації розглядається крізь призму сталого розвитку, інновацій та модернізації. Зазначається, що досягти належного рівня конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії в умовах динамічних змін передбачає розроблення дієвих інструментів і механізмів за наявності розроблених стратегій функціонування організаційно-економічного механізму, який включає сукупність управлінських, організаційних, економічних, мотиваційних важелів, форм, методів, інструментів управління [9].

Важливу роль в роботі з персоналом відіграють психологічні методи управління, які надають можливість підтримувати на оптимальному рівні кількісне співвідношення між працівниками з урахуванням їхньої психологічної сумісності для регулювання групових стосунків усередині колективу, покращувати творчий і інтелектуальний потенціал персоналу, а також зростанням культурного та професійного рівня персоналу та збільшувати ефективність підприємства [10].

Таким чином, управління в будь-якій галузі, зокрема в туризмі, є складним завданням, яке передбачає взаємодію з людьми – як співробітниками, так і клієнтами. Психологія управління є важливим інструментом, який допомагає керівникам розуміти та взаємодіяти з індивідами й групами, вирішувати конфлікти, підвищувати продуктивність і досягати поставлених цілей.

5. Методи досліджень

Методологічна основа дослідження розроблена на основі обліку положень компетентнісного, середовищного, системно-діяльнісного підходів. Для вирішення проблеми управління в галузі туризму, визначення психологічних аспектів і ролі ефективного ділового спілкування використано такі теоретичні методи дослідження: системний аналіз, порівняння, систематизація, класифікація та узагальнення науково-методичної літератури з проблеми управління в галузі туризму; метод системного аналізу психолого-педагогічної та соціологічної літератури для теоретичного узагальнення провідних наукових підходів до визначення психологічних аспектів і ролі ефективного ділового спілкування в галузі туризму; інтерпретація ключових положень дослідження.

6. Результати досліджень

Аналіз наукових досліджень в галузі туризму дозволив нам визначити основні тенденції використання психологічних знань для оптимізації управлінських процесів у туристичній індустрії, адже у світі, де туризм інтенсивно розвивається, психологічні аспекти управління мають значення не менше, ніж економічні та технічні.

Ефективне ділове спілкування з урахуванням психологічних особливостей споживачів є ключовим чинником у забезпеченні якісного обслуговування, побудові взаємовигідних партнерських відносин та збереженні репутації туристичних підприємств.

Однією з ключових ролей психології управління є розуміння потреб, мотивації та психологічних особливостей працівників. Керівники, які можуть адаптувати свій стиль керівництва до індивідуальних характеристик персоналу, здатні створювати сприятливу робочу атмосферу та мотивувати співробітників до кращої продуктивності. Здатність чітко висловлювати свої ідеї, слухати і розуміти інших, а також використовувати невербальні засоби

спілкування може покращити якість взаємодії між керівниками та підлеглими, що в свою чергу позитивно впливає на робочий процес.

Важливо розуміти, що успішне управління в туризмі вимагає великої міри емпатії, розуміння потреб та очікувань клієнтів.

Психологічна підготовка і навички управління конфліктами допомагають вирішувати ситуації, пов'язані з різними потребами та перевагами різних груп клієнтів.

Психологічні знання важливі при вирішенні конфліктних ситуацій, які неодмінно виникають в організаціях. Вміння сприймати різницю поглядів, знаходити компроміси та приймати конструктивні рішення допомагає зберегти гармонію серед працівників і підтримувати позитивний робочий клімат.

Розуміння потреб і мотиваційних факторів дозволяє створювати програми мотивації, які найкращим чином відповідають індивідуальним очікуванням працівників та сприяють підвищенню їхньої продуктивності.

Психологія управління визначається не тільки розумінням психологічних аспектів працівників, але й їхніми взаєминами та взаємодією. Розуміння психологічних механізмів дозволяє створити гармонійне робоче середовище, підвищити ефективність управління та досягти поставлених цілей.

Психологічні аспекти грають особливо важливу роль у спілкуванні з клієнтами. Враховуючи їхні потреби, очікування та емоції, туристичні підприємства можуть створити незабутні враження та високий рівень задоволеності. Ефективна робота зі скаргами, конструктивне вирішення конфліктних ситуацій та вміння надавати підтримку також є невід'ємною частиною психологічної підготовки персоналу.

Ефективне ділове спілкування є ключовою складовою успішної діяльності в галузі туризму і включає в себе вміння слухати, розуміти, висловлювати свої думки та потреби, а також виявляти зацікавленість у потребах інших сторін. Воно сприяє побудові взаєморозуміння, позитивних відносин та довіри між всіма учасниками туристичного процесу.

Здатність зв'язуватися з клієнтами, партнерами та співробітниками на якісному рівні має вирішальне значення для створення позитивного іміджу, досягнення високої якості послуг та підвищення конкурентоспроможності.

Роль ефективного ділового спілкування в туризмі включає декілька ключових аспектів:

– *ефективне ділове спілкування з клієнтами* дозволяє вивчити їхні потреби, побажання та очікування (вміння слухати і розуміти клієнта допомагає забезпечити індивідуальний підхід до кожного клієнта, що зрештою позитивно впливає на їхню задоволеність та лояльність, адже у туризмі співпраця з різними партнерами, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, є невід'ємною частиною);

– *ефективне ділове спілкування з партнерами* допомагає побудувати довгострокові та взаємовигідні відносини, обмінюватися інформацією і ресурсами для досягнення спільних цілей (управління туристичним підприємством передбачає співпрацю між різними підрозділами та рівнями управління, а ефективне ділове спілкування в туристичній компанії сприяє обміну інформацією, вирішенню конфліктів, підтримує командний дух і підвищує продуктивність роботи).

Ефективне ділове спілкування допомагає позитивно впливати на імідж туристичної компанії або регіону (взаємодіяти зі ЗМІ, використовувати соціальні мережі та інші комунікаційні канали, що дозволяє створити позитивний імідж та привернути увагу цільової аудиторії); сприяє обміну ідеями та інноваційними рішеннями (коли співробітники вільно обговорюють свої ідеї та думки, це сприяє творчому підходу до розв'язання завдань, вдосконаленню процесів і розробці нових продуктів); допомагає уникнути та вирішити конфлікти, які можуть виникати в галузі туризму через непорозуміння, різні погляди та інші фактори (вміння відкрито спілкуватися та знаходити компроміси сприяє результативному функціонуванню туристичного бізнесу). Відповідно, ефективне ділове спілкування в туризмі

є ключовою складовою успішної діяльності, що допомагає забезпечити високу якість послуг, створити позитивний імідж та досягти поставлених цілей.

Одним із ключових чинників, що визначає успіх управління туристичною галуззю, є якість ділового спілкування. Комунікація та обмін інформацією між різними суб'єктами галузі є необхідністю для забезпечення оптимальної координації діяльності, прийняття рішень та реалізації стратегічних завдань.

Показники якості ділового спілкування в туристичній галузі відіграють важливу роль у забезпеченні ефективної комунікації між різними суб'єктами туристичного бізнесу, державними структурами та клієнтами. Вони визначають якість і результативність обміну інформацією та спілкування, що має прямий вплив на виконання управлінських завдань та забезпечення задоволеності клієнтів. До показників якості ділового спілкування в туристичній галузі відносяться:

– *чіткість і зрозумілість повідомлень* – цей показник оцінює ступінь ясності та зрозумілості інформації, яку передають різні суб'єкти галузі; чітке та зрозуміле спілкування допомагає уникнути непорозумінь, помилок та збільшує ефективність співпраці;

– *сприятливий клімат спілкування* – відносини між різними суб'єктами туристичного бізнесу повинні ґрунтуватися на взаємоповазі, довірі та партнерському підході; створення сприятливого клімату спілкування сприяє підвищенню продуктивності та ефективності комунікації;

– *своєчасність та актуальність інформації* – оцінюється час, необхідний для передачі інформації та її актуальність на момент отримання, а своєчасна й актуальна інформація допомагає приймати обґрунтовані рішення та вчасно реагувати на зміни у туристичній галузі;

– *ефективність спілкування* – показник визначає результативність комунікації та досягнення поставлених цілей; саме відповідність спілкування поставленим завданням і досягнення очікуваних результатів є важливими показниками якості ділового спілкування в галузі туризму;

– *задоволеність клієнтів* – показник оцінює задоволеність клієнтів якістю спілкування з туристичними компаніями, готелями, туроператорами тощо; задоволеність клієнтів є важливим фактором успішної діяльності туристичного бізнесу та популяризації регіонів.

Впровадження вимог до якості ділового спілкування допомагає забезпечити ефективний та успішний розвиток туристичної галузі, залучення нових клієнтів та підтримку позитивного іміджу регіонів, що є важливим у глобалізованому світі та конкурентному середовищі туристичного бізнесу.

Вплив якості ділового спілкування на управлінські завдання в туризмі є важливим аспектом успішної та ефективної діяльності туристичних підприємств та організацій. Сучасні наукові дослідження підтверджують, що ефективна комунікація в будь-якому суб'єкті господарювання туристичної галузі має великий вплив на ефективність роботи співробітників [11, 12].

Ділове спілкування в галузі включає: обмін інформацією, ідеями, планами та думками між різними структурами галузі, такими як готелі, туроператори, туристичні агентства, державні органи та інші зацікавлені сторони.

Туризм сьогодні виступає як соціокультурна, ефективна технологія управління, яка формулює основні принципи та підходи до побудови сучасного туристичного бізнесу як соціокультурного процесу [13].

Якість ділового спілкування може суттєво впливати на виконання управлінських завдань в туризмі. Так, зокрема, визначається:

– *ефективність комунікації*, адже якісне ділове спілкування забезпечує чітку передачу інформації, уникнення непорозумінь та помилок, що дозволяє управлінцям отримувати необхідні дані для прийняття обґрунтованих рішень та ефективного управління туристичними проектами;

– *розв'язання конфліктів* – якісне ділове спілкування сприяє вирішенню конфліктних ситуацій та встановленню конструктивного діалогу між різними структурами галузі, що допомагає запобігати негативним наслідкам конфліктів та зберігати партнерські стосунки;

– *мотивація персоналу* – якісне ділове спілкування може впливати на мотивацію персоналу та підвищення його продуктивності, а задоволений та мотивований персонал допомагає досягати поставлених цілей та забезпечує високий рівень обслуговування туристів;

– *розвиток партнерських стосунків* – якісне ділове спілкування сприяє розвитку партнерських стосунків між різними структурами галузі, які забезпечують обмін ресурсами, ідеями та досвідом, що у цілому сприяє розвитку туристичного бізнесу;

– *вплив на репутацію* – якісне ділове спілкування позитивно впливає на репутацію туристичного підприємства або регіону, а позитивний імідж безпосередньо сприяє залученню нових клієнтів та інвесторів, що, у свою чергу, сприяє розвитку туризму.

Таким чином, якість ділового спілкування має велике значення для успішності управління туристичною галуззю та досягнення позитивних результатів у сфері туризму. Впровадження ефективних комунікаційних практик та етичних стандартів сприятиме підвищенню якості управління туристичними проектами, залученню нових можливостей та збереженню позитивного іміджу регіонів та країн у глобальному туристичному просторі [14]. Структурно-функціональна характеристика особистості в туристичній сфері розглядається в розрізі ціннісного, інформаційно-когнітивного та поведінкового компонентів [15].

Оцінюючи результати діяльності туристичних фірм, застосовуючи теорію трьох факторів задоволеності клієнтів, визначають результати комунікації, що мають значне значення як з теоретичної, так і з управлінської точки зору, оскільки показують, що клієнти позитивно визнають реалізацію завдань індустрії, що представляє загальну стратегію [16].

Впровадження якісного ділового спілкування в туристичній галузі може зіткнутися з деякими викликами та перешкодами, які варто враховувати. До них відносяться:

– *мовні бар'єри*, адже у туристичній галузі працюють люди з різних країн та культур, що може призвести до мовних бар'єрів, а різні мови та культурні особливості можуть ускладнювати ефективне спілкування та зрозуміння між сторонами;

– *великий обсяг інформації* – туристична галузь має великий обсяг інформації, яка передається між різними структурами та зацікавленими сторонами, саме тому керівники туристичних підприємств повинні мати здатність швидко обробляти та аналізувати інформацію для прийняття обґрунтованих рішень;

– *глобалізація* – завдяки глобалізації туристична галузь стає дедалі більш складною та конкурентною, відповідно, керівники підприємств повинні бути готові працювати з партнерами з різних країн та пристосовуватися до змін на міжнародному ринку;

– *культурні різниці* – туристична галузь залучає клієнтів з різних культур та традицій, і керівники туристичних підприємств повинні бути вмільми управлінцями культурною різноманітністю та розуміти особливості та потреби своїх клієнтів;

– *технологічний розвиток* – швидкий розвиток технологій впливає на комунікацію у туристичній галузі, а нові інформаційні технології та соціальні мережі допомагають покращити ділове спілкування, але водночас вимагають постійного оновлення та адаптації;

– *кадрові проблеми* – недостатній рівень професійної підготовки та нестача кваліфікованих кадрів можуть стати перешкодою для впровадження якісного ділового спілкування, тому важливо забезпечувати навчання та підтримку персоналу;

– *фінансові обмеження* – необхідність інвестування в технології та навчання персоналу, що може ставити певні фінансові обмеження перед підприємствами галузі.

Таким чином, несвідомість впливу якості ділового спілкування на управлінські завдання, культурні та мовні різниці, глобалізація та технологічний розвиток можуть значно ускладнювати ефективну співпрацю та досягнення поставлених цілей в туристичній галузі.

Однак, розуміння та усунення цих викликів допоможе забезпечити стабільний розвиток туризму та покращити якість послуг для клієнтів.

Саме комунікативні інструменти можуть застосовуватися на різних етапах інноваційного процесу, які в комплексному впровадженні створюють інноваційну комунікативну мережу та простір [17].

Головним посилом комунікаційної політики в інноваційному середовищі є надання особливого сенсу всім тим зусиллям, що направлені на створення інноваційного духу в команді. Відчуття власної цінності та визнання є однією з основних внутрішніх потреб людини. Регулярне нагадування працівникам, що вони є частиною чогось більшого, ніж вони самі, що їхня робота має значно більший сенс, ніж вони уявляють, формулювання їхньої надихаючої місії в обслуговуванні клієнтів, особливо через інноваційні підходи, значно мотивує та створює нові ролі, підвищує рівень залученості.

Ми вважаємо, що шляхи покращення якості ділового спілкування в галузі туризму включають:

- *навчання та підвищення кваліфікації персоналу*, що передбачає надання співробітникам туристичних підприємств можливостей для навчання та підвищення кваліфікації в галузі ділового спілкування допомагає поліпшити їхні комунікаційні навички та здатність ефективно спілкуватися з клієнтами та партнерами;

- *розробку етичних стандартів*, оскільки визначення етичних принципів та створення етичного кодексу для співробітників туристичних підприємств сприяє покращенню взаємин з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами;

- *застосування інформаційних технологій* – цей напрям включає використання сучасних інформаційних технологій, таких як електронна пошта, месенджери та відеоконференції, що сприяє швидкому та зручному обміну інформацією між співробітниками та клієнтами.

- *аналіз та оцінку клієнтських потреб*, адже ретельний аналіз та оцінка потреб клієнтів допомагає забезпечити більш ефективне спілкування з ними та забезпечити їхню задоволеність від отриманих послуг;

- *вдосконалення внутрішньої комунікації* – спрямовує на забезпечення ефективної комунікації між співробітниками та керівництвом туристичних підприємств покращує координацію роботи та забезпечує спільне розуміння мети та завдань компанії;

- *формування позитивного іміджу* – підтримка позитивного іміджу туристичного підприємства для клієнтів та громадськості сприяє побудові довгострокових та взаємовигідних відносин;

- *взаємодію зі спільнотою*, що передбачає співпрацю з місцевими громадами та зацікавленими сторонами та допомагає залучати підтримку для туристичного бізнесу та зберігати позитивний вплив на оточуюче середовище.

Покращення якості ділового спілкування в туризмі важливо для забезпечення ефективної роботи туристичних підприємств та задоволення потреб клієнтів.

7. Перспективи подальшого розвитку досліджень

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в розробці сучасних стратегій для впровадження інновацій в ділове спілкування та аналізі впливу використання технологій на психологічний стан клієнтів та персоналу галузі туризму та рекреації.

8. Висновки

Отже, покращення якості ділового спілкування в туристичній галузі є ключовим чинником для досягнення успіху та забезпечення сталого розвитку в цій важливій сфері. Удосконалення ділового спілкування є необхідним фактором для ефективного управління туристичною галуззю. Якість комунікації між різними суб'єктами туристичного бізнесу,

державними структурами та громадами дозволяє досягти оптимального вирішення управлінських завдань, підвищити якість послуг та сприяти сталому розвитку туризму. Запровадження інноваційних комунікаційних практик та використання сучасних технологій можуть сприяти покращенню якості ділового спілкування та підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі.

Список літератури:

- 1) Бакало, Н. (2017). Вимоги до працівника туристичної сфери та їх етичні норми поведінки. Глобальні та національні проблеми економіки, 17, 197-200.
- 2) Харченко, Л. (2019). Вимоги до працівника туристичної сфери та їх етичні норми поведінки. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 24, 182-185.
- 3) Bruža, D., Rudančić, A. (2018). Influence of information-communication trends on business communication in hotel industry. *Interdisciplinary Management Research*, 14, 3-23.
- 4) Бабич, В. (2020). Модель сучасного керівника сфери туризму в системі підготовки кадрів. Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту, 2 (9), 9-12.
- 5) Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S., Rieber, M. (2018). Positive psychology and tourism: a systematic literature. *Tourism & Management Studies*, 14 (3). DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14304>.
- 6) Угоднікова, О., Соколенко, А., Рябев, А., Абрамов, В., Покоłodна, М., Кравцова, С., Шевченко, В., Мірошніченко, Ю. (2022). Інноваційні підходи до управління ефективними комунікаціями в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. *Комунальне господарство міст*, 7 (174), 9–13. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-7-174-9-13>
- 7) Панченко, Т. (2021). Еволюція науково-теоретичного змісту терміноелементів курорт-рекреація-туризм. *Містобудування та територіальне планування*, 77, 378–387. DOI: <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2021.77.378-387>.
- 8) Koval, V., Aleksieienko-Lemovska, L., Mikhno, I. (2023). Sustainable business models in enhancing regional product competitiveness. *Economy and Market Communication Review*, 25 (1), 210-223. DOI: <https://doi.org/10.7251/EMC2301210K>.
- 9) Бочан, І. (ред.) (2020). Шляхи забезпечення конкурентоспроможності туристичного бізнесу в умовах глобалізації. Львів : Галицька Видавнича Спілка, 236.
- 10) Гейко, Є., Горська, Г., Радул, І. (2022). Психологічні засади управління персоналом підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*, (1), 158-162. <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2022.1.30>
- 11) Pikhart, M., Klimova, B. (2020). Information and Communication Technology-Enhanced Business and Managerial Communication in SMEs. *ICT Enhanced Social Sciences and Humanities*, 11 (6), 36. DOI: <https://doi.org/10.3390/info11060336>.
- 12) Kalogiannidis S. Impact of Effective Business Communication on Employee Performance. *EJBMR, European Journal of Business and Management Research*. Vol. 5, No. 6, December 2020. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.631>.
- 13) Nikitenko, V. (2018). The Concept of Improvement of Communication Trends in the Development of Tourism in Conditions of Digital Transformation of Society. *Laisvalaikio Tyrimai*, 1 (11). DOI: <https://doi.org/10.33607/elt.v1i11.200>.
- 14) Aleksieienko-Lemovska, L. (2021). Ethical and psychological aspects of business relations of educational experts on conducting institutional audit. *PNAP. Scientific Journal of Polonia University Peridyk Naukowy Akademii Polonijnej*, 46 (3), 9-14.
- 15) Dudka, T. (2018). Analiza historiograficzna treści designe ekologicznej i turystycznej odpowiedzialności osoby w praktyce pedagogicznej historiographical analysis of content design of ecological-touristic responsibility of personality in practice. *Knowledge, Education, Law, and Management*, 2, 50-55.
- 16) Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, Merli, R. (2022). Delighting Hotel Guests with Sustainability: Revamping Importance-Performance Analysis in the Light of the Three-Factor Theory

of Customer Satisfaction. *Environmental Management and Ecolabels for a Climate-Neutral Circular Economy*, 14 (6), 35-75. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14063575>

17) Глинська, А., Корчевська, Л., Кокорева О. (2021). Види та ризики комунікативних зв'язків персоналу у формуванні інноваційного середовища туристичного підприємства. *Бізнес-Інформ*, 7, 70-75.

Psychological aspects of management in the industry of tourism: the role of effective business communication

Liudmyla Aleksieienko-Lemovska

Department of Tourism and Social and Humanitarian Sciences of the European Business School
of the International European University, Kyiv, Ukraine
ORCID 0000-0001-5391-0719

Abstract: The article reveals the role of the quality of business communication in the implementation of management tasks in the tourism industry. The essence of the influence of communication on management in the field of tourism is revealed. It is noted that effective business communication in tourism is a key component of successful activity, which helps ensure high quality of services, create a positive image and achieve set goals. Ways to improve the quality of business communication in the field of tourism have been identified.

Keywords: tourism industry, managerial tasks, business communication, psychological aspects.
