

DOI: 10.18522/1997-2377-2024-138-5-133-135

УДК: 338

МЕТОДИКА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

(Статья подготовлена в рамках научного проекта: INI_2023, id Pure 102106180 «Технологии маркетингового управления продвижением курортных территорий Северо-Кавказского туристического кластера» (1/01/23 – 31/12/25).)

О.С. Муравьева

При выборе технологий маркетингового управления в сфере туристских услуг большое значение следует уделять управлению потребителем опытом, а также разработке мер по его улучшению. Предложен авторский подход управления потребителем опытом применительно к туристской отрасли.

Ключевые слова: *потребительский опыт, управление потребителем опытом, развлечения, удовлетворенность, туристская отрасль, туристские услуги*

Литература

1. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность: Скрытые силы, определяющие наши решения. М.: Альпина паблишер, 2022.
2. Дью Р., Аллен С. Клиентский опыт: Как вывести бизнес на новый уровень / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2021. 290 с.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: Изд-во АСТ, 2020. 653 с.
4. Муравьева О.С. Исследование потребительского опыта в условиях цифровизации // Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровизации экономики. Сборник научных трудов V Национальной (российской) научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 13-14 апреля 2023 года / Под общ. ред. Е.Ф. Щипанова. СПб.: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2023. С. 40–48.
5. Муравьева О.С., Бестаева И.М. Возможности использования психометрии клиентов в туристской отрасли // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2023. № 6(133). С. 113–116.
6. Пайн Д., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие / Пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина ПРО, 2020. 384 с.
7. Плутчик Р. Эмоции и жизнь: взгляд с точки зрения психологии, биологии и эволюции, Вашингтон, округ Колумбия: Американская психологическая ассоциация, 2002.
8. Силы клиентского опыта: наука прочных отношений с клиентами в трудные времена. – URL: <https://www.ipsos.ru/ru-ru/sily-klientskogo-opyta>
9. Талер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Эксмо, 2022. 384 с.
10. Health and Nutrition Survey // Euromonitor International. – URL: <https://lp.euromonitor.com/white-paper/2024-global-consumer-trends/wellness-pragmatists>
11. Sheth J., Newman B., Gross B. Why we buy what we buy: a theory of consumption values // Journal of Business Research. 1991. № 22 (2). P. 159–170.
12. Top Global Consumer Trends 2024 // Euromonitor International. – URL: <https://lp.euromonitor.com/white-paper/2024-global-consumer-trends/>