

2.पर्यटन विपणन प्रशासन

● प्रास्ताविक

पर्यटन विपणन प्रशासन म्हणजे पर्यटन स्थळे, उत्पादने आणि सेवांशी संबंधित विपणन क्रियाकलापांचे पद्धतशीर नियोजन, संघटन, अंमलबजावणी आणि नियंत्रण होय.

पर्यटन हा सेवा-आधारित आणि अनुभव आधारित उद्योग असल्याने पर्यटकांच्या गरजा समजून घेण्यासाठी आकर्षक पर्यटन उत्पादने तयार करण्यासाठी आणि संभाव्य प्रवाशांपर्यंत मूल्य पोहोचविण्यासाठी प्रभावी विपणन प्रशासन आवश्यक असते. हे पर्यटनाच्या कार्यक्षम प्रचारासाठी आणि शाश्वत विकासासाठी विपणनाची तत्वे प्रशासकीय कार्याशी जोडते.

पर्यटन विपणन प्रशासनामध्ये बाजार संशोधन, पर्यटक वर्गीकरण, उत्पादन विकास, स्थळ ब्रेडिंग, किंमत निर्धारण, जाहिरात आणि वितरण यांसारख्या क्रियाकलापांचा समावेश होतो. पर्यटनाची अद्वितीय वैशिष्ट्ये, अमूर्तता, नाशवंतता, अविभाज्यता आणि परिवर्तनशीलता इतर उद्योगांच्या तुलनेत विपणन प्रशासनाला अधिक गुंतागुंतीचे बनवितात. त्यामुळे पर्यटन विभाग, प्रवासी संस्था, हॉटेल्स, वाहतूक चालक आणि स्थानिक समुदाय यांसारख्या विविध भागधारकांमध्ये समन्वय साधणे महत्वाचे आहे.

पर्यटन विपणन प्रशासनाची एक महत्वाची भूमिका म्हणजे विपणन धोरणे, सरकारी पर्यटन धोरणे आणि शाश्वततेच्या उद्दिष्टांशी संरेखित करणे. हे माध्यम जनसंपर्क, जाहिरात, डिजिटल मार्केटिंग आणि थेट विपणन यांसह प्रचारात्मक साधनांच्या प्रभावी वापरावर देखील लक्ष केंद्रित करते. सततचे निरीक्षण, मूल्यांकन आणि अभिप्राय पर्यटकांचे समाधान आणि स्थळाची स्पर्धात्मकता सुधारण्यास मदत करतात.

● पर्यटन विपणनाची संघटनात्मक रचना :

पर्यटन विपणनाची संघटनात्मक रचना म्हणजे पर्यटन विपणन क्रियाकलापांचे नियोजन, अंमलबजावणी आणि नियंत्रण करण्यासाठी जबाबदार असलेल्या संस्था, विभाग आणि कर्मचाऱ्यांची पद्धतशीर व्यवस्था. पर्यटन हा सरकारी व खाजगी उपक्रम आणि स्थानिक समुदायांचा समावेश असलेला बहुक्षेत्रीय उद्योग असल्याने प्रभावी समन्वय आणि गंतव्यस्थानाच्या प्रचारासाठी एक सुपरिभाषित संघटनात्मक रचना आवश्यक आहे.

राष्ट्रीय पातळीवर पर्यटन विपणन हे धोरण तयार करणे, आंतरराष्ट्रीय ब्रेडिंग आणि जागतिक प्रमोशनसाठी जबाबदार असलेल्या राष्ट्रीय पर्यटन संस्थांद्वारे पर्यटन मंत्रालय किंवा विभागाद्वारे व्यवस्थापित केले जाते. राज्यपातळीवर पर्यटन विकास महामंडळे आणि राज्य पर्यटन विभाग प्रादेशिक प्रमोशन, पायाभूत सुविधा समर्थन आणि देशांतर्गत पर्यटन मोहिमा हाताळतात.

स्थानिक पातळीवर गंतव्य व्यवस्थापन संस्था, नगरपालिका संस्था आणि पर्यटन माहिती केंद्रे ही अभ्यागत सेवा आणि तळागाळातील प्रमोशनवर लक्ष केंद्रित करतात.

हॉटेल्स, ट्रॅव्हल एजन्सी आणि टूर ऑपरेटर यांसारख्या खाजगी पर्यटन उपक्रमांमध्ये विपणन कार्ये विक्री, जाहिरात, जनसंपर्क, डिजिटल विपणन आणि ग्राहक संबंध व्यवस्थापन युनिट्समध्ये आयोजित केली जातात.

1.राष्ट्रीय स्तरावरील पर्यटन विपणन रचना:

राष्ट्रीय स्तरावर पर्यटन विपणन मंत्रालय किंवा पर्यटन विभागाद्वारे राष्ट्रीय पर्यटन संघटनेद्वारे व्यवस्थापित केले जाते. या संस्था धोरण तयार करणे, आंतरराष्ट्रीय पर्यटन प्रमोशन, डेस्टिनेशन ब्रेडिंग आणि जागतिक पर्यटन संस्थांशी समन्वय साधण्यासाठी जबाबदार आहेत. ते देशव्यापी

मोहिमा आखतात, विपणन बजेट वाटप करतात आणि आंतरराष्ट्रीय पर्यटन मेळे आणि प्रदर्शनामध्ये देशाचे प्रतिनिधित्व करतात.

2.राज्य किंवा प्रादेशिक स्तरावरील पर्यटन विपणन रचना :

राज्य पर्यटन विभाग आणि पर्यटन विकास महामंडळे प्रादेशिक पातळीवर राष्ट्रीय धोरणे लागू करतात. राज्य – विशिष्ट स्थळे, वारसा स्थळे, उत्सव आणि पर्यटन सर्किट्सना प्रोत्साहन देण्यावर लक्ष केंद्रित करतात. या संस्था स्थानिक भागधारकांशी समन्वय साधतात आणि प्रादेशिक पर्यटन क्षमतेनुसार विपणन धोरणे स्वीकारतात.

3.स्थानिक पातळीवरील पर्यटन विपणन रचना :

स्थानिक पातळीवर गंतव्य व्यवस्थापन संस्था, नगरपालिका संस्था आणि पर्यटन माहिती केंद्रे तळागाळातील विपणन हाताळतात. ते पर्यटकांची माहिती प्रदान करतात. स्थानिक आकर्षणे व्यवस्थापित करतात, कार्यक्रम आयोजित करतात आणि दर्जेदार अभ्यागत अनुभव सुनिश्चित करतात. स्थानिक सहभाग समुदायावर आधारित पर्यटन मजबूत करतो.

4.खाजगी क्षेत्रातील पर्यटन विपणन रचना:

हॉटेल्स, ट्रॅव्हल एजन्सी आणि टूर ऑपरेटर यांसारख्या खाजगी पर्यटन उपक्रमांमध्ये अंतर्गत विपणन विभाग असतात. हे विभाग पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि टिकवून ठेवण्यासाठी विक्री, जाहिरात, जनसंपर्क, डिजिटल विपणन आणि ग्राहक संबंध व्यवस्थापन व्यवस्थापित करतात.

5.समन्वय आणि एकात्मता यंत्रणा :

प्रभावी पर्यटन विपणनासाठी राष्ट्रीय, राज्य, स्थानिक आणि खाजगी संस्थांमध्ये समन्वय आवश्यक असतो. एक संरचित चौकट भूमिका स्पष्टता सुनिश्चित करते, पुनरावृत्ती कमी करते आणि पर्यटन विपणन उपक्रमांची एकूण प्रभावितता वाढविते.

प्रत्येक स्तरावर पर्यटन विपणन संरचनेचे तपशीलवार विश्लेषण पुढीलप्रमाणे :

(अ) राष्ट्रीय स्तरावरील पर्यटन विपणन रचना :

1.धोरण तयार करणे आणि धोरणात्मक नियोजन

राष्ट्रीय पातळीवर पर्यटन मंत्रालय किंवा विभाग पर्यटन धोरणे, दीर्घकालीन व्हिजन दस्तऐवज आणि धोरणात्मक विपणन योजना तयार करतो. ही धोरणे पर्यटन विकास, प्रोत्साहन, शाश्वतता आणि आंतरराष्ट्रीय स्पर्धात्मकतेसाठी दिशा प्रदान करतात.

2.राष्ट्रीय गंतव्य ब्रँडिंग:

राष्ट्रीय पर्यटन अधिकारी देशाचा पर्यटन ब्रँड (उदा., अतुल्य भारत) तयार करतात आणि व्यवस्थापित करतात. यामध्ये ब्रँड ओळख परिभाषित करणे, स्थान निश्चित करणे, घोषणा, लोगो आणि सर्व देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय प्लॅटफॉर्मवर सुसंगत संदेश देणे समाविष्ट आहे.

3. आंतरराष्ट्रीय पर्यटन प्रोत्साहन :

राष्ट्रीय संस्था परदेशातील कार्यालये, आंतरराष्ट्रीय प्रवास मेळे, रोड शो, प्रदर्शने आणि परदेशी दूर ऑपरेटर आणि एअरलाइन्ससह सहकार्याद्वारे जागतिक बाजारपेठेत देशाचा प्रचार करण्यासाठी जबाबदार आहे.

4. बाजार संशोधन आणि गुप्त माहिती :

राष्ट्रस्तरीय संस्था जागतिक पर्यटन कल, पर्यटकांचे वर्तन, मागणीचे स्वरूप आणि प्रतिस्पर्धी स्थळांचे विश्लेषण करण्यासाठी बाजार संशोधन करतात. संशोधनाचे निष्कर्ष विपणन धोरणे आणि उत्पादन विकासाला मार्गदर्शन करतात.

5. इतर मंत्रालय आणि संस्थांसोबत समन्वय :

राष्ट्रीय स्तरावरील पर्यटन विपणनासाठी एकात्मिक प्रोत्साहन आणि सुलभता सुनिश्चित करण्यासाठी नागरी विमान वाहतूक, संस्कृती, परराष्ट्र व्यवहार, रेल्वे आणि पर्यावरण यांसारख्या मंत्रालयाशी समन्वयाची आवश्यकता असते.

6. अर्थसंकल्पीय वाटप आणि आर्थिक साहाय्य :

राष्ट्रीय प्राधिकरण विपणनासाठी अर्थसंकल्प वाटप करते, राज्य पर्यटन संस्थांना आर्थिक साहाय्य पुरविते आणि प्रचारात्मक मोहीम, कार्यक्रम व पायाभूत सुविधांशी संबंधित विपणन उपक्रमांना पाठिंबा देते.

7. डिजिटल विपणन आणि ई-प्रशासन :

राष्ट्रीय पर्यटन संस्था सुलभता आणि दृश्यमानता वाढविण्यासाठी अधिकृत पर्यटन वेबसाइट्स, डिजिटल माध्यमे, सोशल मीडियावरील उपस्थिती, ई-व्हिसा आणि ऑनलाइन पर्यटक सुविधा प्रणाली व्यवस्थापित करतात.

8. संकट व्यवस्थापन आणि प्रतिमेची निर्मिती :

महामारी, नैसर्गिक आपत्ती किंवा सुरक्षा समस्या यांसारख्या संकटाच्या वेळी, राष्ट्रीय पर्यटन प्राधिकरण संवाद, प्रतिष्ठा व्यवस्थापन आणि प्रतिमा पुनर्संचयित करण्याच्या प्रयत्नांचे नेतृत्व करते.

9. सार्वजनिक-खाजगी भागीदारी (PPP) :

राष्ट्रीय संस्था संयुक्त विपणन मोहीम, नावीन्य आणि जागतिक पोहोच यासाठी खाजगी पर्यटन उद्योगांसोबत सहकार्यास प्रोत्साहन देतात.

10. देखरेख, मूल्यांकन आणि नियंत्रण :

राष्ट्रीय स्तरावर विपणन धोरणे सुधारण्यासाठी पर्यटक आगमन, महसूल, ब्रँडची प्रतिमा आणि मोहिमेची परिणामकारकता यांसारख्या पर्यटन कामगिरी निर्देशकावर सतत देखरेख ठेवली जाते.

(ब) राज्य / प्रादेशिक स्तरावरील पर्यटन विपणन रचना :

1.राष्ट्रीय पर्यटन धोरणांची अंमलबजावणी :

राज्य आणि प्रादेशिक पर्यटन विभाग राष्ट्रीय पर्यटन धोरणासाठी अंमलबजावणी संस्था म्हणून कार्य करतात. ते राष्ट्रीय ब्रेडिंग उद्दिष्टांशी सुसंगतता सुनिश्चित करताना प्रादेशिक पर्यटनाची क्षमता, सांस्कृतिक विविधता आणि स्थानिक प्राधान्यानुसार राष्ट्रीय धोरणामध्ये बदल करतात.

2.राज्य स्थळांचे ब्रेडिंग आणि स्थाननिश्चिती :

राज्य पर्यटन प्राधिकरण प्रदेशासाठी एक विशिष्ट पर्यटन ओळख विकसित करतात आणि प्रचार करतात. (उदा., अनलिमिटेड महाराष्ट्र, गॉड्स ओन कंट्री). ब्रेडिंगमध्ये वारसा स्थळे, नैसर्गिक सौंदर्य, उत्सव, खाद्यसंस्कृती आणि स्थानिक परंपरा यांसारख्या अद्वितीय प्रादेशिक आकर्षणावर लक्ष केंद्रित केले जाते.

3.प्रादेशिक पर्यटन उत्पादनाचा प्रचार :

राज्यस्तरीय संस्था प्रादेशिक सामर्थ्यावर आधारित वारसा पर्यटन, तीर्थक्षेत्र पर्यटन, पर्यावरणपूरक पर्यटन, वन्यजीव पर्यटन, समुद्रकिनारा पर्यटन, साहसी पर्यटन आणि ग्रामीण पर्यटन यांसह विशिष्ट पर्यटन क्षेत्रांना प्रोत्साहन देतात.

4. देशांतर्गत पर्यटनाला प्रोत्साहन :

राज्य स्तरावर प्रादेशिक जाहिरात मोहीम, डिजिटल विपणन, रोड शो, पर्यटन उत्सव आणि राष्ट्रीय प्रवास मेळ्यांमध्ये सहभागाद्वारे देशांतर्गत पर्यटनाला प्रोत्साहन देण्यावर प्रमुख लक्ष केंद्रित केले जाते.

5.स्थानिक अधिकारी आणि डीएमओ यांच्याशी समन्वय :

राज्य पर्यटन संस्था प्रभावी तळागाळातील जाहिरात व सेवा वितरण सुनिश्चित करण्यासाठी महानगरपालिका, जिल्हा प्रशासन, डेस्टिनेशन मॅनेजमेंट ऑर्गनायझेशन्स आणि स्थानिक पर्यटन समित्यांशी समन्वय साधतात.

6.पायाभूत सुविधा समर्थन आणि स्थळ विकास :

राज्य पर्यटन विकास महामंडळे पर्यटन निवास, वाहतूक कनेक्टिव्हिटी, फलक, माहिती केंद्रे आणि सुविधा यांसारख्या पायाभूत सुविधांना पाठिंबा देतात, ज्यामुळे पर्यटन विपणनाचे परिणाम सुधारतात.

7. कार्यक्रम आणि उत्सवांवर आधारित विपणन :

राज्ये पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि त्यांचा मुक्काम वाढविण्यासाठी सांस्कृतिक उत्सव, जत्रा, पर्यटन सप्ताह, खाद्य महोत्सव आणि वारसा कार्यक्रमांचे आयोजन आणि प्रचार करतात.

8. माध्यम, जनसंपर्क आणि डिजिटल विपणन व्यवस्थापन :

राज्य पर्यटन विभाग स्थळाची दृश्यमानता वाढविण्यासाठी माध्यम संबंध, प्रसिद्धीपत्रके, इन्फ्ल्यूएन्सर मोहीम, सोशल मीडिया हँडल, वेबसाइट्स आणि ई-माहितीपत्रके व्यवस्थापित करतात.

9. सार्वजनिक-खाजगी भागीदारी उपक्रम :

संयुक्त जाहिरात, स्थळ विकास आणि सेवा नावीन्यतेसाठी हॉटेल्स, टूर ऑपरेटर्स, ट्रॅव्हल प्लॅटफॉर्म आणि स्थानिक उद्योजकांसोबत सहकार्यास प्रोत्साहन दिले जाते.

10. देखरेख आणि कामगिरी मूल्यांकन :

राज्यस्तरीय अधिकारी प्रादेशिक पर्यटन विपणन धोरणे सुधारण्यासाठी पर्यटकांची आवक, निवास दर, पर्यटकांचा अभिप्राय आणि मोहिमांची परिणामकारकता यावर देखरेख ठेवतात.

क) स्थानिक पातळीवरील पर्यटन विपणन रचना :

1. डेस्टिनेशन मॅनेजमेंट ऑर्गनायझेशनची (DMO) भूमिका :

स्थानिक पातळीवर डेस्टिनेशन मॅनेजमेंट ऑर्गनायझेशन विशिष्ट गंतव्यस्थानातील पर्यटन नियोजन, प्रोत्साहन आणि व्यवस्थापनासाठी जबाबदार असलेल्या समन्वय संस्था म्हणून काम करतात. डीएमओ पर्यटकांना एकसंध अनुभव देण्यासाठी आकर्षणे, निवासव्यवस्था प्रदाते, वाहतूक सेवा आणि स्थानिक भागधारकांचे समन्वय साधून डेस्टिनेशन मॅनेजमेंटमध्ये विपणनाचे एकीकरण करतात.

2. महानगरपालिका संस्था व स्थानिक सरकारचा सहभाग :

महानगरपालिका, पंचायती आणि जिल्हा प्रशासन स्थानिक पायाभूत सुविधा, स्वच्छता चिन्हे, सुरक्षितता आणि सुलभता राखून पर्यटन विपणनाला समर्थन देतात. त्यांच्या सहभागामुळे प्रमोशनल प्रयत्नांना दर्जेदार ऑन ग्राउंड सुविधांद्वारे पाठिंबा मिळतो याची खात्री होते.

3. पर्यटन माहिती केंद्रे आणि अभ्यागत सेवा :

स्थानिक पर्यटन विपणन पर्यटन माहिती केंद्रावर मोठ्या प्रमाणात अवलंबून असते, जे पर्यटकांना ब्रोशर, नकाशे, मार्गदर्शक, प्रवास योजना आणि रियल टाइम साहाय्य प्रदान करतात. ही केंद्रे संपर्काचा पहिला बिंदू म्हणून काम करतात आणि पर्यटकांच्या सुरुवातीच्या छापांना आकार देतात.

4. समुदायावर आधारित आणि ग्रामीण पर्यटनाला प्रोत्साहन :

स्थानिक पातळीवरील विपणन होमस्टे, कृषी पर्यटन, हस्तकला, लोककला, पाककृती आणि सांस्कृतिक अनुभवांना प्रोत्साहन देण्यावर लक्ष केंद्रित करते. यामुळे समुदाय सहभाग, रोजगारनिर्मिती आणि समावेशक पर्यटन विकासाला प्रोत्साहन मिळते.

5.कार्यक्रमावर आधारित आणि अनुभवात्मक विपणन :

स्थानिक पर्यटन संस्था पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि गंतव्यस्थानाची दृश्यमानता वाढविण्यासाठी मेळे, उत्सव, सांस्कृतिक कार्यक्रम, वारसा वॉक आणि स्थानिक कार्यक्रम आयोजित करतात. या उपक्रमांमुळे प्रामाणिक आणि संस्मरणीय पर्यटन अनुभव निर्माण होतात.

6.स्थानिक पर्यटन हितधारकांशी सहकार्य:

स्थानिक हॉटेल्स, मार्गदर्शक, वाहतूक ऑपरेटर, कारागीर आणि टूर ऑपरेटर्सशी समन्वय साधल्याने सातत्यपूर्ण सेवा वितरण आणि एकत्रित गंतव्यस्थान प्रमोशन सुनिश्चित होते.

7.स्थानिक पातळीवर डिजिटल आणि सोशल मीडिया प्रमोशन:

स्थानिक पर्यटन संस्था आकर्षणांना प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि पर्यटकांशी थेट संवाद साधण्यासाठी सोशल मीडिया पेज, गुगल लिस्टिंग, क्यूआर कोड आणि ई-ब्रोशरचा वापर वाढत्या प्रमाणात करतात.

8.अभिप्राय संकलन आणि सेवा गुणवत्ता देखरेख :

स्थानिक अधिकारी सेवा सुधारण्यासाठी, गर्दीचे व्यवस्थापन करण्यासाठी आणि गंतव्यस्थानाची गुणवत्ता राखण्यासाठी पर्यटकांचा अभिप्राय, पुनरावलोकने आणि तक्रारी गोळा करतात.

9. संकट प्रतिसाद आणि पर्यटक सुरक्षा व्यवस्थापन :

हवामानातील व्यत्यय किंवा सुरक्षिततेच्या समस्या यांसारख्या स्थानिक संकटाच्या वेळी, स्थानिक संस्था पर्यटकांची सुरक्षितता आणि आत्मविश्वास सुनिश्चित करण्यासाठी वेळेवर माहिती, मदत आणि समन्वय प्रदान करतात.

10.शाश्वत पर्यटन पद्धती आणि संवर्धन :

स्थानिक पर्यटन विपणन जबाबदार वर्तन, वारसा संवर्धन आणि पर्यावरण संरक्षणास प्रोत्साहन देते, ज्यामुळे गंतव्यस्थानाची दीर्घकालीन शाश्वतता सुनिश्चित होते.

ड)खाजगी क्षेत्रातील पर्यटन विपणन रचना :

1.पर्यटन उपक्रमांमधील विपणन विभाग :

खाजगी क्षेत्रात हॉटेल्स, रिसॉर्ट्स, ट्रॅव्हल एजन्सीस, टूर ऑपरेटर, एअरलाइन्स, कूझ कंपन्या आणि ऑनलाइन ट्रॅव्हल प्लॅटफॉर्ममधील समर्पित विपणन किंवा विक्री विभागाद्वारे पर्यटन विपणन व्यवस्थापित केले जाते. हे विभाग संघटनात्मक उद्दिष्टांशी जुळवून घेतलेल्या विपणन धोरणांचे नियोजन आणि अंमलबजावणी करण्यासाठी जबाबदार असतात.

2.उत्पादन विकास आणि पॅकेजिंग :

खाजगी पर्यटन कंपन्या टूर पॅकेजेस, निवास योजना, प्रवास कार्यक्रम आणि अनुभवावर आधारित ऑफरिंग्स यांसारख्या पर्यटन उत्पादनाची रचना आणि विकास करतात. विविध पर्यटकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी विपणन पथके वाहतूक, निवास, पर्यटन स्थळे आणि मूल्यवर्धित सेवा एकत्रित करूनही उत्पादने पॅकेज करतात.

3. किंमत आणि महसूल व्यवस्थापन :

खाजगी क्षेत्रातील विपणन रचनेत दर, हंगामी किंमत, सवलती, गतिमान किंमत आणि उत्पन्न व्यवस्थापन व्यवस्थापित करणाऱ्या किंमत संघांचा समावेश आहे. प्रभावी किंमत धोरणे जास्तीतजास्त व्याप्ती, महसूल आणि स्पर्धात्मकता वाढविण्यास मदत करतात.

4. विक्री आणि वितरण चॅनेल :

खाजगी पर्यटन संस्था ट्रॅव्हल एजंट, टूर ऑपरेटर, ऑनलाइन ट्रॅव्हल एजन्सी (OTA), वेबसाइट आणि ॲप्सद्वारे थेट बुकिंग आणि कॉर्पोरेट टाय-अपसह अनेक विक्री चॅनेल व्यवस्थापित करतात. वितरण व्यवस्थापन व्यापक बाजारपेठ पोहोच आणि सुलभता सुनिश्चित करते.

5. जाहिरात जनसंपर्क आणि प्रचारात्मक क्रियाकलाप :

खाजगी क्षेत्र पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी जाहिरात, जनसंपर्क, प्रभावक विपणन, विक्री जाहिराती आणि ब्रेडिंग मोहिमा सक्रियपणे वापरते. मीडिया आणि पर्यटन मंडळासोबत सहकार्य दृश्यमानता वाढते.

6. डिजिटल मार्केटिंग आणि तंत्रज्ञान एकीकरण :

डिजिटल मार्केटिंग युनिट्स सोशल मीडिया मार्केटिंग, सर्च इंजीन ऑप्टिमायझेशन (SEO), ऑनलाइन जाहिरात, सामग्री विपणन आणि ऑनलाइन प्रतिष्ठा व्यवस्थापन हाताळतात. CRM सिस्टिम आणि डेटा विश्लेषणे यांसारखी तंत्रज्ञानचालित साधने वैयक्तिकृत विपणनास समर्थन देतात.

7. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन (CRM) :

CRM टीम लॉयल्टी प्रोग्राम, वैयक्तिकृत संवाद, अभिप्राय व्यवस्थापन आणि भेटीनंतरच्या सहभागाद्वारे दीर्घकालीन संबंध निर्माण करण्यावर लक्ष केंद्रित करतात, ज्यामुळे वारंवार भेटी आणि ब्रँड निष्ठा निर्माण होते.

8. बाजार संशोधन आणि ग्राहक अंतर्दृष्टी :

खाजगी पर्यटन उद्योग ग्राहकांच्या आवडीनिवडी, प्रवासाचा कल, प्रतिस्पर्धकांच्या धोरणांचा आणि सेवांमधील त्रुटींचा अभ्यास करण्यासाठी बाजार संशोधन करतात. या अंतर्दृष्टी उत्पादन नवोपक्रम आणि विपणनाच्या निर्णयांना मार्गदर्शन करतात.

9. मानव संसाधन समन्वय आणि सेवेची गुणवत्ता :

विपणन विभाग सेवेची गुणवत्ता, कर्मचाऱ्यांचे प्रशिक्षण आणि सातत्यपूर्ण ग्राहक अनुभव सुनिश्चित करण्यासाठी ऑपरेशन्स आणि मानव संसाधन विभागाशी समन्वय साधतात, ज्यामुळे ब्रँड प्रतिमेवर थेट परिणाम होतो.

10. सार्वजनिक खाजगी क्षेत्रातील सहकार्य :

खाजगी क्षेत्रातील संस्था संयुक्त विपणन मोहीम, स्थळांचा प्रचार आणि पर्यटन विकास उपक्रमासाठी सरकारी पर्यटन संस्था, विमान कंपन्या, कार्यक्रम आयोजक आणि स्थानिक समुदायांसोबत सहयोग करतात.

इ) समन्वय आणि एकात्मता यंत्रणा :

1. पर्यटन विपणनामध्ये समन्वयाची गरज :

पर्यटन हा एक बहुक्षेत्रीय आणि बहुहितधारक उद्योग आहे, ज्यामध्ये सरकारी विभाग, पर्यटन मंडळे, खाजगी उद्योग, स्थानिक समुदाय आणि साहाय्यक संस्था यांचा समावेश असतो. विपणनाचे प्रयत्न संरेखित आहेत, संसाधनांचा इष्टतम वापर होतो आणि पर्यटकांना विविध स्थळे आणि सेवांमध्ये अखंड अनुभव मिळतो याची खात्री करण्यासाठी समन्वय आवश्यक आहे.

2. उभ्या पातळीवरील समन्वय (राष्ट्रीय राज्य स्थानिक स्तर) :

उभ्या पातळीवरील समन्वय राष्ट्रीय पर्यटन धोरणे, राज्यस्तरीय अंमलबजावणी आणि स्थानिक स्तरीय अंमलबजावणी यांच्यात सुनिश्चित करतो. राष्ट्रीय संस्था दृष्टी आणि ब्रँडिंग प्रदान करतात, राज्य अधिकारी प्रादेशिक स्तरावर धोरणे स्वीकारतात आणि स्थानिक संस्था जमिनीवरील अंमलबजावणी सुनिश्चित करतात. हे एकत्रीकरण स्थळाची प्रतिमा आणि संदेशात सुसंगतता राखते.

3. विभागांमध्ये क्षैतिज समन्वय :

पर्यटन विपणनासाठी वाहतूक, संस्कृती, पर्यावरण, शहरी विकास, कायदा, अंमलबजावणी आणि आरोग्य यांसारख्या संबंधित विभागांमध्ये सहकार्य आवश्यक आहे. क्षैतिज समन्वय पायाभूत सुविधांची सज्जता, सुरक्षा, सांस्कृतिक प्रोत्साहन आणि पर्यावरणीय शाश्वतता विपणन प्रयत्नांना समर्थन देतात याची खात्री करतो.

4. सार्वजनिक-खाजगी भागीदारी चौकट :

सहकारी संस्था आणि खाजगी क्षेत्रातील संस्थांमधील एकत्रीकरण संयुक्त विपणन मोहीम, सह-ब्रँडिंग, पायाभूत सुविधांचा विकास आणि नवोपक्रम सक्षम करते. सार्वजनिक-खाजगी भागीदारी पर्यटन प्रचारात कार्यक्षमता, गुंतवणूक आणि जागतिक पोहोच वाढवितात.

5. आंतर-संस्थात्मक समित्या आणि कार्यगट :

पर्यटन मंडळे, उद्योग संघटना आणि स्थानिक संस्थेच्या प्रतिनिधींचा समावेश असलेल्या समित्या संयुक्त नियोजन, निर्णय घेणे आणि संघर्ष निराकरणास सुलभ करतात. हे मंच माहितीची देवाण - घेवाण आणि सामूहिक समस्या सोडविण्यास प्रोत्साहन देतात.

6. एकात्मिक विपणन संवाद (IMC) :

समन्वय जाहिरात, जनसंपर्क, डिजिटल विपणन, माहितीपत्रके आणि कार्यक्रमांमध्ये सातत्यपूर्ण संदेश सुनिश्चित करतो. एकात्मिक विपणन संवादामुळे पुनरावृत्ती टाळली जाते आणि स्थळांचे ब्रँडिंग मजबूत होते.

7. माहितीची देवाण – घेवाण आणि डिजिटल एकीकरण :

सामाईक डेटाबेस, पर्यटन पोर्टल, CRM प्रणाली आणि डिजिटल डॅशबोर्ड रिल-टाइम माहितीची देवाण-घेवाण, कामगिरीचे निरीक्षण आणि समन्वित प्रचारात्मक उपक्रम सक्षम करतात.

8. संकट समन्वय आणि जोखीम व्यवस्थापन :

नैसर्गिक आपत्ती किंवा महामारीसारख्या संकटाच्या वेळी भागधारकांमधील एकात्मिक संवाद आणि समन्वित प्रतिसाद पर्यटकांची सुरक्षा आणि स्थळाची प्रतिष्ठा जपण्यास मदत करतात.

9. देखरेख, अभिप्राय आणि निरंतर सुधारणा :

समन्वय यंत्रणेमध्ये विपणनाची परिणामकारकता आणि सेवेची गुणवत्ता सुधारण्यासाठी अभिप्राय संकलन, कार्यप्रदर्शन पुनरावलोकन आणि संयुक्त मूल्यमापनाचा समावेश असतो.

10. प्रभावी समन्वयाचे परिणाम :

मजबूत समन्वय आणि एकात्मिकतेमुळे कार्यक्षम विपणन अंमलबजावणी, पर्यटकांचे वाढलेले समाधान, ब्रँडमध्ये सुसंगतता, संसाधनाची कमी नासाडी आणि शाश्वत पर्यटन विकास होतो.

● राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पर्यटन संस्थेची भूमिका:

राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील पर्यटन संस्था पर्यटन क्षेत्राच्या नियोजित विकास, प्रोत्साहन आणि नियमनामध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. त्या पर्यटन उद्योगाच्या शाश्वत वाढीची खात्री करण्यासाठी धोरणात्मक दिशा, समन्वय आणि साहाय्य प्रदान करतात.

या संस्था सहकारी – खाजगी क्षेत्रातील भागधारक आणि पर्यटकांमध्ये समन्वयकाची भूमिका बजावतात, ज्यामुळे पर्यटन आर्थिक विकास, सांस्कृतिक देवाण-घेवाण आणि जागतिक सहकार्यामध्ये प्रभावीपणे योगदान देते याची खात्री होते.

(अ) राष्ट्रीय पर्यटन संस्थांची भूमिका (NTO): National Tourism organization

1) धोरणनिर्मिती आणि अंमलबजावणी :

राष्ट्रीय पर्यटन संस्था सरकारला पर्यटन धोरणे, योजना आणि नियम तयार करण्यास मदत करतात. त्या सुनिश्चित करतात की, पर्यटन विकास राष्ट्रीय, आर्थिक, सांस्कृतिक आणि शाश्वततेच्या उद्दिष्टांशी सुसंगत आहे.

2) स्थळाचे ब्रँडिंग आणि जाहिरात :

जाहिरात, जनसंपर्क, डिजिटल मार्केटिंग आणि आंतरराष्ट्रीय पर्यटन मेळ्यांमधील सहभागाद्वारे देशाच्या पर्यटन ब्रँडची निर्मिती आणि जाहिरात करण्याची जबाबदारी राष्ट्रीय पर्यटन संस्थेची असते.

3) बाजार संशोधन आणि पर्यटन आकडेवारी :

माहितीपूर्ण निर्णय घेण्यासाठी त्या पर्यटकांचे आगमन, खर्चाचे नमुने, बाजारातील कल आणि पर्यटकांच्या वर्तनाशी संबंधित पर्यटन डेटा गोळा करतात आणि त्याचे विश्लेषण करतात.

4) राज्य आणि स्थानिक संस्थांशी समन्वय :

राष्ट्रीय संस्था एकसमान ब्रँडिंग, धोरणांची प्रभावी अंमलबजावणी आणि एकात्मिक पर्यटन जाहिरात सुनिश्चित करण्यासाठी राज्य आणि स्थानिक पर्यटन प्राधिकरणांशी समन्वय साधतात.

5) पायाभूत सुविधा आणि उत्पादन विकास समर्थन :

राष्ट्रीय पर्यटन संस्था पायाभूत सुविधांच्याविकासाला चालना देतात, नवीन पर्यटन उत्पादनांना समर्थन देतात आणि पर्यावरण पर्यटन, वैद्यकीय पर्यटन आणि वारसा पर्यटन यांसारख्या विशेष पर्यटन क्षेत्रांना प्रोत्साहन देतात.

6) नियमन आणि गुणवत्ता मानके :

गुणवत्ता, सुरक्षितता आणि पर्यटकांचे समाधान सुनिश्चित करण्यासाठी सेवा मानके मान्यता प्रणाली व मार्गदर्शक तत्वे निश्चित करतात.

7) संकट व्यवस्थापन आणि प्रतिमेची निर्मिती :

संकटाच्या काळात राष्ट्रीय पर्यटन संस्था संवाद व्यवस्थापित करतात, पर्यटकांना आश्वस्त करतात आणि प्रतिमा पुनर्संचयित करण्याच्या प्रयत्नांचे नेतृत्व करतात. ‘

(ब) आंतरराष्ट्रीय पर्यटन संस्थांची भूमिका :

1) जागतिक पर्यटन धोरण मार्गदर्शन :

UNWTO (United nation World Tourism Organization.) सारख्या आंतरराष्ट्रीय संस्था जगभरातील शाश्वत पर्यटन विकासासाठी धोरणात्मक आराखडे, सर्वोत्तम पद्धती आणि मार्गदर्शक तत्वे प्रदान करतात.

2) शाश्वत आणि जबाबदार पर्यटनाला प्रोत्साहन :

त्या जागतिक विकास उद्दिष्टांशी सुसंगत पर्यावरण संरक्षण, सांस्कृतिक संवर्धन आणि सर्वसमावेशक पर्यटनवाढीचा पुरस्कार करतात.

3) संशोधन, प्रशिक्षण आणि क्षमता विकास :

आंतरराष्ट्रीय पर्यटन संस्था संशोधन करतात, अहवाल प्रकाशित करतात आणि कौशल्ये व संस्थात्मक क्षमता वाढविण्यासाठी प्रशिक्षण कार्यक्रम देतात.

4) आंतरराष्ट्रीय सहकार्याला चालना :

या संस्था देशामध्ये सहकार्याला प्रोत्साहन देतात, सीमापार पर्यटनाला चालना देतात आणि व्हिसा सुलभता व प्रवासाच्या सुरक्षिततेच्या मानकांना समर्थन देतात.

5) पर्यटन आकडेवारी आणि ज्ञान सामाईकीकरण :

ते सदस्य देशांना मार्गदर्शन करण्यासाठी जागतिक पर्यटन डेटा, अंदाज आणि ट्रेड विश्लेषण संकलित करतात.

6) संकट प्रतिसाद आणि पुनर्प्राप्तीसाठी साहाय्य :

आंतरराष्ट्रीय संस्था जागतिक पर्यटन संकटाच्या वेळी धोरणे, तांत्रिक साहाय्य आणि पुनर्प्राप्ती आराखडे सामाईक करून देशांना मदत करतात.

राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पर्यटन संस्था पर्यटन विकासाला आकार देण्यासाठी एक धोरणात्मक आणि पूरक भूमिका बजावतात. राष्ट्रीय संस्था देशांतर्गत जाहिरात आणि नियमनावर लक्ष केंद्रित करतात तर आंतरराष्ट्रीय संस्था जागतिक समन्वय, धोरणात्मक मार्गदर्शन आणि शाश्वततेसाठी आराखडे प्रदान करतात, ज्यामुळे पर्यटन उद्योगाची संतुलित आणि लवचीक वाढ सुनिश्चित होते.

● पर्यटन धोरण आणि विपणन समन्वय

पर्यटन धोरण आणि विपणन समन्वय म्हणजे नियोजित, शाश्वत आणि स्पर्धात्मक पर्यटन विकास सुनिश्चित करण्यासाठी सरकारी पर्यटन धोरणांचे विपणन धोरणांसह पद्धतशीर एकीकरण होय. पर्यटन धोरण दिशा आणि नियामक समर्थन प्रदान करते तर विपणन या धोरणांना प्रोत्साहन, ब्रँडिंग आणि संप्रेषणाद्वारे कार्यान्वित करते.

प्रभावी समन्वय सुनिश्चित करतो की, पर्यटन वाढ आर्थिकदृष्ट्या फायदेशीर, सामाजिकदृष्ट्या समावेशक, पर्यावरणीयदृष्ट्या जबाबदार आणि राष्ट्रीय व प्रादेशिक प्राधान्यांशी सुसंगत आहे.

1. विपणन धोरणाचे मार्गदर्शन करण्यात पर्यटन धोरणाची भूमिका :

पर्यटन धोरण सर्व पर्यटन विपणन क्रियाकलापासाठी पायाभूत चौकट म्हणून काम करते. ते पर्यटन विकासाचे दृष्टिकोन, उद्दिष्टे आणि प्राधान्ये स्पष्टपणे परिभाषित करते. जसे की, पर्यटकांचे आगमन वाढविणे, देशांतर्गत पर्यटनाला प्रोत्साहन देणे, रोजगार निर्माण करणे, वारसा जतन करणे आणि शाश्वतता सुनिश्चित करणे.

अनियोजित किंवा जास्त जाहिरात टाळण्यासाठी या धोरण चौकटीत विपणन धोरणे तयार केली पाहिजेत. उदा., जर धोरण पर्यावरण पर्यटन किंवा वारसा संवर्धनावर भर देत असेल तर विपणन मोहिमा मोठ्या प्रमाणात पर्यटनाऐवजी जबाबदार प्रवास, मर्यादित वहन क्षमता आणि सांस्कृतिक संवेदनशीलतेवर केंद्रित असाव्यात. धोरण मार्गदर्शनाशिवाय विपणन अतिव्यावसायीकरण, पर्यावरणीय -हास किंवा सांस्कृतिक सौम्यता आणू शकते. म्हणूनच, पर्यटन धोरण हे सुनिश्चित करते की, विपणन क्रियाकलाप उद्देशपूर्ण, नियमन केलेले आणि अल्पकालीन प्रचारात्मक लाभांऐवजी दीर्घकालीन राष्ट्रीय हितांशी जुळलेले आहेत.

2. राष्ट्रीय पर्यटन उद्दिष्टांशी विपणन उद्दिष्टांचे संरेखन :

पर्यटन विपणन समन्वयासाठी प्रमोशनल उद्दिष्टे थेट परकीय चलन कमाई, प्रादेशिक विकास, रोजगारनिर्मिती आणि समावेशक वाढ यांसारख्या राष्ट्रीय पर्यटन उद्दिष्टांना समर्थन देणे आवश्यक आहे.

विपणन मोहिमांमध्ये अविकसित प्रदेश, ग्रामीण पर्यटन किंवा विशिष्ट पर्यटन विभागांना प्रोत्साहन देणे यांसारख्या धोरणात्मक प्राधान्याचे प्रतिबिंब असले पाहिजे. उदा., जर धोरणाचे उद्दिष्ट गर्दीच्या ठिकाणावरील दबाव कमी करणे असेल तर विपणनाने पर्यायी ठिकाणे आणि विचित्र स्थळे हायलाइट करावीत. हे संरेखन संतुलित पर्यटन विकास सुनिश्चित करते आणि मर्यादित क्षेत्रांमध्ये पर्यटकांचे लक्ष रोखते.

समन्वित उद्दिष्टे कामगिरीचे प्रभावीपणे मोजमाप करण्यासदेखील मदत करतात. कारण धोरणात्मक लक्ष्यांविरुद्ध विपणन परिणामांचे मूल्यांकन केले जाऊ शकते. अशा प्रकारे संरेखन

जबाबदारी मजबूत करते, संसाधनांचा कार्यक्षम वापर सुनिश्चित करते आणि पर्यटन प्रोत्साहन प्रयत्नांची विश्वासाहता वाढविते. ,

3.पर्यटन विपणनातील आंतर विभागीय समन्वय:

पर्यटन धोरण अंमलबजावणीसाठी नागरी विमान वाहतूक, रेल्वे वाहतूक, संस्कृती, पर्यावरण, शहरी विकास, आरोग्य आणि गृह व्यवहार यांसारख्या अनेक सरकारी विभागांमध्ये समन्वय आवश्यक आहे.

विपणन मोहिमांना पुरेशी पायाभूत सुविधा, सुरक्षा उपाय, वाहतूक कनेक्टिव्हिटी आणि पर्यटन सुविधांनी पाठिंबा दिला पाहिजे. उदा., पुरेशी विमानतळ क्षमता, व्हिसा सुविधा किंवा सुरक्षितता, पायाभूत सुविधा नसताना आंतरराष्ट्रीय पर्यटनाला प्रोत्साहन देणे हे गंतव्यस्थानाच्या प्रतिमेला नुकसान पोहोचवू शकते. आंतर विभागीय समन्वय सुनिश्चित करतो की, विपणन आश्वासने जमिनीवरील वास्तवाशी जुळतात. ही स्मार्ट शहरे, वारसा संवर्धन आणि पर्यावरण संरक्षण यांसारख्या व्यापक विकास उपक्रमांसह पर्यटन प्रोत्साहन एकत्रित करण्यासदेखील मदत करते. प्रभावी समन्वय धोरण विपणन अंतर कमी करतो आणि आगमनापासून प्रस्थानापर्यंत एक अखंड पर्यटक अनुभव सुनिश्चित करतो.

4.पर्यटन विपणनामध्ये सार्वजनिक- खाजगी समन्वय :

विपणनाची प्रभावितता वाढविण्यासाठी पर्यटन धोरण सार्वजनिक-खाजगी भागीदारी वाढत्या प्रमाणात प्रोत्साहन देते. सरकार धोरण समर्थन, नियमन आणि गंतव्य ब्रेडिंग प्रदान करते तर खाजगी खेळाडू नवोपक्रम, गुंतवणूक आणि बाजारातील कौशल्याचे योगदान देतात.

सार्वजनिक आणि खाजगी क्षेत्रांमधील विपणन समन्वय सुसंगत संदेशन, सामाईक संसाधने आणि व्यापक पोहोच सुनिश्चित करतो. उदा., पर्यटन मंडळे, विमान कंपन्या, हॉटेल्स आणि ऑनलाइन प्रवास प्लॅटफॉर्मवरील संयुक्त मोहिमा गंतव्यस्थानाची दृश्यमानता लक्षणीयरीत्या वाढवू शकतात. धोरण मार्गदर्शन हे सुनिश्चित करते की, खाजगी विपणन क्रियाकलाप, राष्ट्रीय हितसंबंध आणि गुणवत्ता मानकांशी सुसंगत आहेत. असे समन्वय जबाबदार विपणनालादेखील प्रोत्साहन देते, दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींना प्रतिबंधित करते आणि शाश्वत पर्यटन पद्धतींना समर्थन देते. म्हणूनच सार्वजनिक- खाजगी समन्वय धोरणाचा हेतू आणि बाजार अंमलबजावणी यांच्यात पूल बांधतो.

5.उभ्या पातळीवरील समन्वय :

राष्ट्रीय, राज्य आणि स्थानिक स्तर पर्यटन धोरण सामान्यतः राष्ट्रीय स्तरावर तयार केले जाते. परंतु त्याची अंमलबजावणी राज्य आणि स्थानिक स्तरावर केली जाते. स्थळांच्या ब्रेडिंग आणि संदेशात सुसंगतता राखण्यासाठी या स्तरावर विपणन समन्वय आवश्यक आहे. राष्ट्रीय प्राधिकरणे सर्वसमावेशक ब्रँड ओळख निश्चित करतात तर राज्ये आणि स्थानिक संस्था प्रादेशिक सामर्थ्यावर आधारित विपणन धोरणे तयार करतात.

उभ्या पातळीवरील समन्वय हे सुनिश्चित करतो की, स्थानिक जाहिराती राष्ट्रीय ब्रँडिंग किंवा धोरणात्मक उद्दिष्टांच्या विरोधात नाहीत. उदा., राष्ट्रीय धोरण शाश्वत पर्यटनाला प्रोत्साहन देत असले तरी स्थानिक विपणनाने नाजूक स्थळांची अतिरिक्त जाहिरात करणे टाळले पाहिजे. योग्य समन्वय कार्यक्षम अंमलबजावणीस मदत करतो, प्रयत्नांची पुनरावृत्ती टाळतो आणि देशभरात संतुलित प्रादेशिक पर्यटन विकासाची खात्री देतो.

6. अर्थसंकल्पीय आणि संसाधन समन्वय :

पर्यटन धोरण विपणन कार्यासाठी अर्थसंकल्पीय प्राधान्यक्रम आणि आर्थिक संसाधनांचे वाटप निश्चित करते. प्रभावी समन्वय हे सुनिश्चित करतो की, विपणन योजना वास्तववादी, पुरेसा निधी असलेल्या आणि धोरणात्मक प्राधान्यांशी संरेखित आहेत. अर्थसंकल्पीय समन्वय सार्वजनिक निधीचा अपव्यय, मोहिमांची पुनरावृत्ती आणि विखुरलेली जाहिरात टाळण्यास मदत करतो. हे प्रदेश आणि पर्यटन क्षेत्रांमध्ये संसाधनांचे समान वितरणदेखील सुनिश्चित करते. उदा., ग्रामीण धोरण किंवा आदिवासी पर्यटनाला प्रोत्साहित करण्यासाठी विशेष निधीचे वाटप करू शकते आणि विपणन धोरणामध्ये हे लक्ष्य प्रतिबिंबित झाले पाहिजे. पारदर्शक आणि समन्वित अर्थसंकल्प जबाबदारी मजबूत करतो, मोहिमेची परिणामकारकता सुधारतो आणि दीर्घकालीन पर्यटन विकासाच्या उद्दिष्टांना समर्थन देतो.

7. देखरेख, मूल्यांकन आणि अभिप्राय यंत्रणा :

पर्यटन धोरण आणि विपणन समन्वयासाठी पर्यटक आगमन, महसूलनिर्मिती, रोजगारावरील परिणाम, पर्यावरणीय शाश्वतता आणि पर्यटकांचे समाधान यांसारख्या परिणामांचे सतत निरीक्षण आणि मूल्यांकन करणे आवश्यक आहे. विपणन कामगिरीचा डेटा धोरणकर्त्यांना अभिप्राय देतो, ज्यामुळे धोरणे आणि धोरणांमध्ये सुधारणा करणे शक्य होते. ही द्विमार्गी संवाद प्रक्रिया गतिमान पर्यटन वातावरणात अनुकूल प्रशासनाची खात्री देते. उदाहरणार्थ, जर विपणनामुळे काही विशिष्ट स्थळांवर अति पर्यटन होत असेल तर धोरणात्मक हस्तक्षेपांद्वारे अभ्यागतांच्या प्रवाहाचे नियमन केले जाऊ शकते. विपणन कार्यक्षमता

एक मजबूत अभिप्राय यंत्रणा पुराव्यावर आधारित निर्णय घेण्यास, सुधारण्यास आणि शाश्वत पर्यटन वाढीस समर्थन देते.

संतुलित, शाश्वत आणि स्पर्धात्मक पर्यटन विकास साधण्यासाठी पर्यटन धोरण आणि विपणन समन्वय महत्त्वपूर्ण आहे. जेव्हा धोरणाची दिशा आणि विपणनाची अंमलबजावणी एकमेकांशी जवळून संरेखित असते तेव्हा पर्यटन जाहिरात जबाबदार, विश्वासाहर् आणि प्रभावी बनते. असा समन्वय हे सुनिश्चित करतो की, पर्यटन वाढीमुळे अर्थव्यवस्था, समाज आणि पर्यावरणाला फायदा होतो तसेच स्थळांची दीर्घकालीन प्रतिमा व स्पर्धात्मकता वाढते.