

ПСИХОЛОГІЯ В ТУРИЗМІ

Висоцька В.Г.

Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент

Важливу роль в сучасному туризмі відіграє психологія (з грец. - «наука про душу») наука про закономірності розвитку та функціонування психіки як особливої форми життєдіяльності. Психологія туризму досліджує широке коло питань - взаємини між співробітниками індустрії туризму та клієнтами, питання організації цієї індустрії, взаємини особистостей в процесі відпочинку, психологічні проблеми фахівців даної сфери діяльності тощо.

Психологія туризму повинна визначати загальні риси персоналу, які необхідні для роботи в індустрії туризму. Висококваліфіковані працівники мають діяти як «репортери» або «інформатори» з вмінням слухати клієнтів, приділяти увагу ключовим питанням і швидко реагувати у будь-яких ситуаціях. Ці дії мають відбуватися без порушень конфіденційності та/або комфорту клієнтів. Цей так названий «підхід до розвідки» додатково вимагає вміння швидко аналізувати інформацію та навчатися на помилках.

Дослідження в сфері психології повинні активно застосовуватися в туристичній практиці. Але, нажаль, в мінливих умовах функціонування, більшість керівників туристських підприємств зосереджують увагу лише на питаннях ведення бізнесу.

Персонал малих та середніх підприємств набуває психологічні знання здебільшого з реального життя. Інноваційні моделі управління та результати досліджень таким підприємствам недоступні, вони не мають можливості ефективно використовувати можливості туристичної психології. Серед основних причин цього можна зазначити:

- збір даних про поведінку та відношення клієнтів – є процедурою зі значними витратами праці та фінансових ресурсів;
- результати психології туризму важко узагальнити і застосувати у практичній діяльності тощо;
- навчання персоналу пов'язано зі значними витратами.

Незважаючи на означені труднощі, психологія знаходить своє місце в туризмі:

- дослідження вимог туристів до якості; визначення зв'язку між якістю та цінами; дослідження задоволеності клієнтів;
- дослідження привабливості певних туристських напрямків;
- визначення мотивації та дослідження процесу прийняття рішень при виборі місця для туризму тощо.