

Терешов Є.С.
студент гр. МТЕ-112м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна,
наук. кер. – к.п.н., доцент Зацепіна Н.О.

АНАЛІЗ СИСТЕМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПОТРЕБ ТУРИСТА

Вивчення питання формування індивідуальної мотивації вибору туристичного продукту є актуальним та важливим, оскільки мотивація є ключовим фактором, який впливає на вирішення людей про подорож та вибір конкретного туристичного продукту. У сучасному світі все більше людей прагнуть індивідуального підходу у всіх сферах життя, включаючи подорожі. Вивчення мотивацій дозволяє краще зрозуміти, що впливає на рішення клієнтів і що їх надихає, що, зрештою, допомагає туристичним компаніям розробити персоналізовані та унікальні пропозиції. Вивчення мотивації вибору туристичного продукту дозволяє туристичним організаціям та державним установам адаптувати свої пропозиції та ресурси до задоволення потреб клієнтів та залучення більшої кількості туристів.

Успішний аналіз ринку та вивчення мотивації вибору туристичного продукту дозволяє краще зрозуміти, які види відпочинку та послуг найбільш затребувані у клієнтів. Мотивація для подорожей може бути різноманітною і може включати різноманітні аспекти. Потреби та цілі можуть бути індивідуальними та можуть змінюватися в залежності від переваг та інтересів кожної людини.

Система індивідуальних потреб людини відбиває унікальні фізичні, емоційні, соціальні та психологічні вимоги, які можуть різнитися в різних людей. Концепція індивідуальних потреб підкреслює, що кожна людина має унікальні потреби і прагне задовольнити їх задля досягнення добробуту та рівня задоволеності. Система індивідуальних потреб може бути представлена у вигляді ієрархії, такої як ієрархія потреб Абрахама Маслоу, який формулював

ієрархію п'яти рівнів потреб людини, починаючи від фізіологічних потреб до потреб само актуалізації, а саме: фізіологічні потреби: це базові потреби людини, що включають потребу в їжі, воді, теплі, сні та інших фізичних аспектах виживання; потреби безпеки: включають потребу у фізичній безпеці, захист від небезпек, встановлення стабільності та відчуття впевненості у своєму навколишньому середовищі; соціальні потреби: позначають потребу у соціальній приналежності, любові, прийнятті та взаємодії коїться з іншими людьми, включають потребу в дружбі, сім'ї, любові та смислових відносинах; потреби у самоповазі: ці потреби визначаються у визнанні, повазі себе та інших, досягненні успіху, статусі, повазі з боку оточуючих та стабільності своєї самооцінки; потреби самореалізації: найвищий рівень ієрархії, це потреба у саморозвитку, пошуку свого потенціалу, досягненні особистої цілісності та здійсненні своїх цілей і мрій.

Однак важливо відзначити, що конкретні потреби та їх пріоритети можуть значно відрізнятися у різних людей залежно від їх індивідуальних цінностей, культурних факторів, особистісних рис та життєвого досвіду. Розуміння та задоволення цих індивідуальних потреб є важливим аспектом надання якісної підтримки та послуг для кожної людини.

Формування системи індивідуальних потреб туриста є складним процесом, який включає кілька етапів. Аналіз цього процесу дозволяє зрозуміти, як туристи визначають свої потреби та які чинники надають найбільше впливом геть їх вибір. Один із перших етапів формування системи індивідуальних потреб – це усвідомлення туристом свого бажання здійснити подорож. Це може бути викликано різними чинниками, такими як бажання відпочити від роботи, дізнатися про нові культури та традиції, провести час із сім'єю або просто насолодитися відпочинком та розвагами. Після усвідомлення бажання подорожувати слід визначення цілей та очікувань від поїздки. Деякі туристи можуть бути зацікавлені в історичних пам'ятках та культурній спадщині, в той час як інші можуть шукати активного відпочинку або пляжного відпочинку. Важливим фактором також є фінансова можливість та доступність різних видів

туризму. Далі слід дослідження та вибір місця та способу відпочинку. Туристи можуть звернутися до різних джерел інформації, таких як інтернет, рекомендації друзів та знайомих, туристичні агенції та спеціалізовані путівники. Вони можуть також враховувати свої індивідуальні уподобання, такі як клімат, культурні особливості місця та доступність послуг. Після вибору місця та способу відпочинку туристи можуть розпочати організацію поїздки, включаючи бронювання транспорту, розміщення, купівлю квитків на різноманітні заходи та екскурсії.

Важливо врахувати індивідуальні уподобання та потреби туриста при організації поїздки, щоб забезпечити максимальний комфорт та задоволення. Під час поїздки туристи можуть змінювати свої потреби та очікування, ґрунтуючись на своєму досвіді та враженнях. Наприклад, після відвідування якогось місця чи участі у певній активності вони можуть зацікавитися іншими аспектами туризму або бажати змінити свою програму. Аналіз процесу формування системи індивідуальних потреб туриста дозволяє туристичним компаніям та організаціям краще зрозуміти свою цільову аудиторію та надати їм найбільш підходящі послуги. Це також може допомогти покращити якість обслуговування туристів та створити більш задовільний та персоналізований досвід подорожі для кожного індивідуального клієнта.

Таким чином, аналіз потреб туристів дозволяє краще зрозуміти їхні очікування та переваги. Це дозволяє туристичним організаціям та підприємствам адаптувати свої послуги та пропозиції для максимального задоволення потреб клієнтів. Відповідність очікуванням може сприяти позитивному досвіду та підвищенню рівня задоволеності туристів. Розуміння індивідуальних потреб туристів допомагає відрізнитися від конкурентів та створити унікальну пропозицію. Пропонувати індивідуальні та персоналізовані послуги стає ключовим фактором для успішної конкуренції. Туристичні підприємства, які активно займаються аналізом та задоволенням індивідуальних потреб туристів, можуть залучити більше клієнтів та утримувати їх довгий час.

Крім того, аналіз системи потреб туристів допомагає виявити недоліки та

покращити якість послуг. Туристичні підприємства можуть уникати помилок і покращувати свої процеси, виходячи із зворотного зв'язку та переваг клієнтів, що позитивно позначається на рівні обслуговування та репутації. Аналіз системи індивідуальних потреб туристів дозволяє виявити нові сегменти ринку та залучити нових клієнтів. Це може бути пов'язане з певними потребами чи інтересами, які необхідно задовольнити. Адаптація пропозиції та маркетингових стратегій під ці потреби допомагає залучити нових туристів та розширити клієнтську базу. Розуміння потреб туристів також може допомогти туристичній індустрії рухатися у напрямі сталого розвитку. Врахування екологічних, соціальних та економічних потреб туристів дозволяє створювати більш стійкі та відповідальні туристичні програми та послуги. Таким чином, аналіз системи індивідуальних потреб туристів є невід'ємною частиною успішного розвитку туристичної індустрії. Він допомагає підвищити рівень задоволеності клієнтів, покращити якість послуг, підвищити конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів, а також рухатися у бік сталого розвитку.

Література:

1. Василькевич Л.О. Теоретичний підхід до формування моделі поведінки споживачів туристичного продукту. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 1 (18). С. 314–320.
2. Бенаїного І.В. Поведінка споживача на ринку туристських послуг. URL : <http://infotour.in.ua/vaneeva.htm> (дата звернення: 17.10.2023).