ТЕМА практичної роботи: *Типи туристів*

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття:

*Турист* (споживач туристського продукту) - будь-яка фізична особа, яка використовує, яка купує або має намір придбати туристичні послуги (турпродукт) для особистих потреб.

Зазвичай виділяють *кілька ознак класифікації туристів* в залежності від:

- їх активності;

- стилю життя;

- споживчих переваг;

- виду висунутого попиту на туристський продукт.

*Залежно від активності туристів під час відпочинку розрізняють 6 груп*:

1. *Любителі спокійного відпочинку*, до яких відносяться туристи, що купують подорож з метою отримання задоволення від гарного самопочуття, позбавлення від нудьги і втечі від рутинної роботи. Вони йдуть у відпустку для того, щоб звільнитися від повсякденних стресів і відпочити в спокійній і приємній обстановці.

2. *Любителі задоволень*. Це тип дуже заповзятливих туристів, які під час відпочинку зайняті пошуком різноманітних задоволень і вважають за краще світську атмосферу.

3. *Любителі активного відпочинку*. Такі туристи люблять природу і створюють активну навантаження свого тіла. Найчастіше до таких туристів ставляться люди, що займаються пасивним фізичною працею, або ті, хто не може втілити свої уявлення і бажання в русі в реальному повсякденності.

4. *Любителі спортивного відпочинку*. На відміну від активно відпочиваючих у туристів-спортсменів вся увага сконцентрована на змаганнях. Інтерес до спорту в них проявляється, як в ролі учасника, так і в ролі глядача.

5. *Відпочиваючі з метою пізнання, вивчення*. Даний тип туристів зацікавлений у підвищенні свого освітнього рівня, пізнанні нового. Вони відвідують місця, збагачені історичною і культурною цінністю.

В даному типі виділяються три підгрупи: П1, П2 і П3. Туристи типу П1 відвідують місця, описані в путівниках. Тип П2 приділяє увагу не стільки визнаним пам'яток, скільки пошуку таких місць, де він може відчути їх атмосферу; для нього на передній план висуваються почуття і настрої.

Туристи типу П3 мають яскраво виражені культурні та соціально -наукові інтереси, їх дуже притягує природа.

6. *Любителі пригод*. Основна потреба у даних туристів - азарт. Лише деякі любителі гострих відчуттів відправляються в мандрівку поодинці і при цьому піддають себе дійсно серйозному ризику. До типу шукачів пригод можна віднести таких туристів, які шукають незвичайних вражень з певною часткою ризику. Для них ризик - це можливість випробувати себе. Для деяких туристів він перетворюється в пристрасть, настільки ж сильну, як до наркотиків.

*Класифікація туристів на групи в залежності від стилю життя* припускає більш поглиблений підхід до виділення типів, тому що розглядає людину і його поведінка не ізольовано, а в зв'язку з його життєвою позицією, ставленням до різних речей і його бажаннями. Залежно від стилю життя виділяють 4 групи туристів.

1. *Любителі насолод*. Представники цієї групи пред'являють дуже високі вимоги до якості відпочинку. Для них подорож - це спосіб самовираження.

Від відпочинку вони бажають отримати задоволення, дозволити собі деякі слабкості або дати собі спортивне навантаження.

2. *Тенденційні туристи*. Для туристів, які входять в цю групу, відпочинок -це можливість знайти і проявити себе як особистість. Це відпочиваючі з високими вимогами, але на відміну від тих, що «насолоджуються життям» їм не потрібні умови класу люкс. Вони шукають єднання з природою, тиші і можливості психологічного розвантаження. Вони усвідомлюють проблеми навколишнього середовища, цікавляться політикою і культурою наміченого для відвідування регіону.

3. *Сімейні туристи*. У цю групу входять виключно сім'ї з дітьми. Сімейні туристи люблять проводити свою відпустку в колі сім'ї, друзів, родичів. Вони відпочивають в спокійній і зручній обстановці, купують послуги за вигідними цінами, не люблять, щоб їм заважали. Найчастіше обслуговують себе самі.

4. *Цілком відпочиваючі*. Найважливішою умовою для туристів цього типу є можливість відпочити. До цієї групи входять порівняно пасивні туристи, які проводять свою відпустку традиційним способом: задовольняються тишею, довго сплять, люблять смачно і рясно поїсти, здійснюють короткі прогулянки або недалекі поїздки. Любителі такого відпочинку радіють, якщо на час відпустки можуть бути збережені їхні улюблені звички, адже вони не люблять експериментувати.

Як *споживачів туристичного продукту туристів* можна розділити на чотири категорії:

- «*економні*» покупці туристського продукту, яких відрізняє висока чутливість до ціни, якості та асортименту послуг;

- «*персоніфіковані*» покупці туристського продукту, для яких важливі вид туристського продукту і якість послуг туризму, в той час як ціна туру або послуги не є вирішальним фактором;

- «*етичні*» покупці туристського продукту, схильні платити низькі ціни за тури з широким асортиментом послуг туризму;

- «*апатичні*» покупці туристського продукту, для яких важлива якість послуг туризму, а ціна на них не грає ролі.

*Залежно від виду висунутого попиту на туристський продукт туристів* можна розділити на три групи:

- люди з туристськими потребами і бажанням подорожувати;

- люди з високою купівельною спроможністю, попит яких спрямований на елітні і найпрестижніші тури, оригінальні подорожі, високий рівень туристського обслуговування (комфорт, особливу увагу обслуговуючого персоналу, надання індивідуального гіда -перекладача та автотранспорту тощо);

- люди з купівельним поведінкою (купівельна поведінка туриста стосується всіх тих природних, психологічних, соціальних та інших причин, які змушують його реагувати певним чином на рекламу).

За *віковою ознакою туристів* поділяють на такі групи:

- від 0 до 14 років (це діти, що, як правило, подорожують з батьками, для них необхідно формувати пільгові розцінки);

- 15 - 24 років (молодь, яка вже подорожує без батьків, але, тим не менш, для них зберігаються пільгові розцінки на поїздки);

- 25 - 44 років (економічно активні люди, які проводять час зі своїми сім'ями на відпочинку або друзями). Тут треба звертати увагу на потреби дітей, якщо відпочивають сім'ями.

- 45 - 64 років (люди середнього віку, які мають економічну активність, але не обтяжені дітьми). Таких споживачів називають «спорожнілі гнізда».

- старше 65 років (споживачами є люди старшого віку, непрацюючі пенсіонери). У світі цей сегмент налічує досить велику частку туристського ринку.

Німецький дослідник Г. Ган виділяє наступні *типи туристів*:

- **S-тип** (нім. Sonne, Sand, See - сонце, піщаний пляж, море) - типовий відпускник, що віддає перевагу пасивному відпочинку на морських курортах, спокію і комфорту;

- **F-тип** (нім. Ferme und Flirtorientierter Erlebnisur Lauber - відпускник, що віддає перевагу поїздки на далекі відстані і флірт) - цього типу властива тяга до постійної зміни осіб, подій, вражень. Він буде проводити свою відпустку тільки там, де щось відбувається. Кредо такого туриста - суспільство, задоволення, зміна вражень;

- **W1-тип** (нім. Wald und Wanderorientiert - любитель лісових прогулянок і походів) - відпускник, що віддає перевагу активному відпочинку, пішим походам тощо. Його кредо - фізична активність на свіжому повітрі незалежно від погоди. На відпочинку він прагне до підтримання гарної фізичної форми, але професійно спортом не займається;

- **W2-тип** - швидше спортсмен, ніж любитель. Витримує тривалі і великі, аж до екстремальних, навантаження. При виборі туру домінує критерій «наявність умов для заняття хобі». Такі критерії вибору, як «ландшафт, культура, історія», вторинні (наприклад, льотчик-аматор, альпініст і т.п.);

- **А-тип** (нім. Abentener - пригода) - любитель пригод. Ризик, нові відчуття, випробування своїх сил в несподіваних ситуаціях, небезпека - ось те, що визначає вибір мети подорожі у туриста даного типу;

- **В-тип** (нім. Bildung und Besichtigung - освіта і огляд визначних пам'яток) -допитливі туристи. Даний тип підрозділяється на такі групи: «експерти», тобто ті, що «колекціонують» відвідувані ними пам'ятки; «емоційні любителі культури і природи»; «фахівці», які поглиблюють свої знання в певних областях культури, історії, мистецтва тощо.

Типологія туристів - важливий елемент роботи менеджерів туристського підприємства. Перш ніж пропонувати клієнту будь -якої маршрут, потрібно визначити, до якого з перерахованих вище типів він належить. І тільки потім, з огляду на особливості туриста, продовжувати роботу з ним.

*Рекомендована література*:

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч.пос. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
2. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: навч.посіб. / Г. І. Михайліченко. – К.:КНТЕУ, 2003. – 156 с.
3. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Поколодна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541с.

*Завдання для виконання практичної роботи (ПИСЬМОВО)*:

1. *Наведіть класифікацію туристів.*

*2. На які категорії поділяють туристів як споживачів туристичного продукту?*

*3. Охарактеризуйте туристів за класифікацією Г. Гана.*

*4. Чому сприяє типологія туристів?*

*5. Як розрізняються туристи залежно від виду висунутого попиту?*