

### Possibilities of using client psychometry in the tourism industry

**I. Bestaeva, O. Muravyeva**

*When managing the promotion of services in the tourism industry, it is important to analyze and take into account the psychological types of customers. This paper proposes an algorithm for psychometrics of potential customers, as well as a rationale for choosing a strategy for working with them.*

**Keywords:** *customer psychotypes, psychometrics, purchasing behavior, tourism industry, destination, segmentation, tourism services*

### References

1. Алексеев А.А., Громова Л.А. Психогеометрия для менеджеров. Л.: Наука, 1991.
2. Беленов О.Н., Стадниченко Л.И. Поведение потребителей. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. С.40–45.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: Изд-во АСТ, 2020. 653 с.
4. Маркетинг: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Под ред. Т.А. Лукичевой, Н.Н. Молчанова. М.: Изд-во Юрайт, 2016. 370 с.
5. Пайн Джозеф Б., Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие / Пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина ПРО, 2020. 384 с.
6. Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. 296 с.
7. Собчик Л.Н. Индивидуально-типологический опросник: практическое руководство к традиционному и компьютерному вариантам теста. М.: ООО «Компания Боргес», 2010. 59 с.
8. Талер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Эксмо, 2022. 384 с.
9. Vinod Menon, Lucina Q. Uddin. Saliency, Switching, Attention and Control: A Network Model of Insula Function // Brain Structure and Function. Vol. 214. 2010. P. 655–667.

**Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова, г. Владикавказ, Россия**  
**Санкт-Петербургский государственный университет,**  
**г. Санкт-Петербург, Россия**

**October, 13 2023**

---