

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАКТИК В СФЕРЕ ТУРИЗМА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА

В статье представлены результаты авторского социологического исследования, изучающего потребительские практики россиян в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, потребительские практики, социологическое исследование.

Туризм стал явлением, которое вошло в наши дни в повседневную жизнь сотен миллионов человек. Роль туризма в современном мире колоссальна. Она затрагивает все сферы деятельности современного общества, в том числе экономику, культуру, социальную жизнь [1]. Отношение человека к своему свободному времени как к богатству привело к тому, что изменилось место и роль туризма в структуре потребностей общества [2]. Туризм постепенно становится не привилегией избранных, а потребностью большинства. Вместе с этим, меняется и характер туристических потребностей: от примитивных – к более возвышенным, от средства восстановления физической силы – к способу реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов [2]. Все это приводит к развитию потребления все новых видов туризма и увлечению спроса на виды услуг в индустрии туристской деятельности и гостеприимства.

Объективные условия развития туризма в разной степени влияют на потребительские практики отдельных возрастных групп туристов. Для того чтобы выяснить, как туризм на сегодняшний день влияет на качество жизни, какие возрастные когорты вовлечены в потребительские практики и что в сфере предоставления услуг считают приемлемыми, было проведено данное исследование. Для получения информации было проведено социологическое исследование, в котором приняло участие две возрастные группы: от 18 до 25 лет и от 26 до 45 лет. Основным методом получения информации стало анкетирование. В анкете использовались вопросы закрытого типа.

Данное исследование предполагает выяснение в первом блоке опросов анкеты общих положений, оценок, характеристик респондентов. Отношение к туристической деятельности и приемлемые условия для ее осуществления мы предполагаем изучить на основе ответов на вопросы анкеты.

78 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет самостоятельно организуют свой отдых, в то время как большинство респондентов в возрасте от 26 до 45 лет (56 %) предпочитают обращаться в туристические фирмы.

Большое количество респондентов в возрасте от 18 до 25 лет (48 %) путешествуют один раз в год, в то время как среди другой возрастной группы один раз в год путешествуют лишь 24 % респондентов, а вот большинство (62 %) могут позволить себе путешествовать два раза в год.

Большинство респондентов (64 %) в возрасте от 18 до 25 лет предпочитают отдыхать в России и 36 % за границей, а в другой возрастной группе в России отдыхают 60 % и 40% за границей.

Для обеих возрастных групп 74 % и 78 % первостепенно важным при выборе места путешествия — это природные факторы, географическое положение. А также 70 % респондентов в возрасте от 26 до 45 лет также первостепенным ориентируются на экономический и культурный уровень развития города [3], страны, национальный язык.

44 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет являются индивидуальными туристами, 16 % организованный массовый турист, 14 % турист-исследователь и турист-бродяга, 12 % затруднились ответить. 54 % респондентов в возрасте от 26 до 45 выбирают организованный массовый туризм, 30 % предпочитают индивидуальный туризм и 10 % являются туристами-исследователями.

Большинство респондентов (72%) в возрасте от 18 до 25 лет при выборе места путешествия руководствуются отзывами и рекомендациями знакомых, 60% доверяют телерекламе и рекламе в Интернет-источников, в то время как респонденты в возрасте от 26 до 45 лет доверяют телерекламе намного меньше (всего 16%).

На вопрос «На какие критерии Вы больше обращаете внимание, при выборе места отдыха?» ответы респондентов в возрасте от 26 до 45 лет распределились следующим образом:

- 41,8 % опыт прошлых путешествий и поездок;
- 38,8 % популярность и престижность места отдыха;
- 15,3 % стоимость поездки и услуг;
- 4,1 % историческое наследие места путешествия.

В то время как другая группа респондентов отметили также наличие развитой развлекательной инфраструктуры (22 %). Основопологающим все же для данной категории является стоимость поездки (68 %)

Более всего интересны во время туристических поездок исторические сведения, местные легенды и предания, культура и традиции местного населения, национальная кухня.

76 % респондентов в возрасте от 26 до 45 лет хотели бы увидеть во время отдыха архитектурные сооружения и 50 % другой возрастной группы, 64% респондентов в старшей возрастной группе хотели бы увидеть памятники археологии, в то время как всего 24 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет хотят посмотреть памятники архитектуры.

Большинство респондентов выделяют музеи и выставки, экскурсии, а также парки развлечений с аттракционами и кинотеатры.

На вопрос «Что Вы понимаете под культурой туристического обслуживания?» большинство 74 % понимают освобождение от всякого рода неприятных вещей, связанных с организационными моментами, 58 % понимают оптимальность обслуживания с точки зрения соответствия всех видов услуг тому или иному уровню, а также тематике тура.

36 % респондентов оставляют отзывы, только если они положительные, 10 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет и 20 % в возрасте от 26 до 45 лет оставляют отзывы, если они отрицательные.

62 % респондентов в возрасте от 26 до 45 лет чаще всего отдыхают в компании семьи, 26 % отдыхают в компании друзей. 46 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет чаще всего отдыхают в компании семьи, 26 % в компании друзей и 24 % самостоятельно.

72 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет коммуникативной целью своего путешествия считают знакомство и общение с новыми людьми, 18 % общение с местным населением и только 10 % желание создать свой круг общения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что респонденты в возрасте от 18 до 25 лет выбирают быть индивидуальными туристами, которые самостоятельно организуют свой отдых. Данная категория людей чаще всего выбирает купально-пляжный отдых в России. При выборе места отдыха руководствуются отзывами и рекомендациями знакомых, а также стоимостью услуги.

Однако респонденты в возрасте от 26 до 45 лет предпочитают организованный массовый отдых, обращаясь при этом в туристическую фирму. Данная категория граждан может позволить себе отдых два раза в год, опираясь на опыт прошлых поездок и путешествий.

В заключение нашего исследования можно отметить, что обе возрастные группы предпочитают отдых в России. Первостепенно важными при выборе места отдыха является природные факторы и географическое положение, путешествия дают новые впечатления от произведений архитектуры и искусства, для посещений выбирают музеи и выставки, на память стараются сохранить фотографии и видеозаписи.

Список литературы

1. Желнина, Е. В. Россия-2050: образ страны по результатам социологического исследования // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2016. – № 3 (7). – С. 47 – 55.
2. Желнина, Е. В. Инновационные потребности: понятие, классификация, тенденции изменения // Карельский научный журнал. – 2015. № 3 (12). – С. 53 – 56.
3. Иванова, Т. Н. Благоустройство городской среды как значимый фактор повышения качества жизни г. о. Тольятти // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2016. – № 38. – С. 62 – 69.

H.Y. Muzafarova

TRANSFORMATION OF CONSUMPTION PRACTICES IN TOURISM, DEPENDING ON THE AGE

The article presents the results of original sociological research, studying the consumer practices of Russians in the tourism sector.

Key words: tourism, consumption practices, a sociological study.