

УДК 316.334.2

Зацепіна Н.О.

канд. пед. наук, доц. ЗНТУ

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ТУРИСТІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Туризм в сучасних умовах є невід’ємною частиною життя людини і одним з ефективних засобів реалізації соціокультурних цінностей у сфері дозвілля. Про це можна впевнено говорити, здійснивши аксіологічний аналіз сучасного стану туризму, так як цінності входять в число основних компонентів мотивації людської діяльності, багато в чому детермінують специфіку сприйняття індивідом навколишньої дійсності та особливості його поведінки. Аналіз можливостей туризму в реалізації дозвіллевих цінностей неможливий без використання соціокультурного і суб’єктно-діяльнісного підходів. Вони припускають наявність певного соціокультурного середовища, а також специфіку туристської діяльності та її мотиваційну складову. Завдяки цим підходам туризм можна охарактеризувати як вид діяльності спрямований на реалізацію різноманітних цінностей особистості в сфері дозвілля. Дозвільні цінності – це такі предмети різноманітної діяльності людей, які задовольняють будь-які матеріальні чи духовні потреби людей різних соціальних груп у сфері дозвілля (лікування, оздоровлення, навчання, пізнання, заняття хобі).

Сучасне дозвілля несе на собі печатку постіндустріального суспільства, риси якого пронизують все повсякденне життя людини. Б. Фаулер, говорить про переорієнтацію ціннісної свідомості сучасної людини, завдяки якій відбувається зсув цінностей праці до самоцінності дозвілля. Сприяють розширенню дозвільної діяльності і збільшенню її ролі також наступні

фактори: глобалізація, розвиток засобів масової комунікації, збільшення вільного часу, поширення ідеології «примусового споживання».

Домінуюче становище туризму в дозвіллевих уподобаннях в сфері духовного життя поколінь пов'язана з різноманіттям мотивів, які впливають на вибір такого виду дозвілля у різних груп людей. Оскільки потреба є джерелом активності особистості, а процес її задоволення виступає як цілеспрямована діяльність, то розкривається в поведінці особистості система мотивів складає сутність потреби. Потреба – це стан індивіда, створюване випробовуваної їм нуждою в об'єктах, необхідних для його існування і розвитку, і яка виступає джерелом його активності, а мотиви – це спонукання людини, спрямовані на задоволення потреб, в залежності від його індивідуальних, фізіологічних і психологічних особливостей, системи цінностей, схильностей, освіти і т.п. Дослідники по-різному групують мотиви туристів. Одні виходять з відмінності видів мотивації (Р. Макінтош, Ф. Пірс), інші – з відмінності потенційних туристів (С. Плог). Ці класифікації об'єднані спільною метою – вивчити і структурувати потреби туриста, його мотивацію, що дозволить поліпшити якість туристського обслуговування, застосовувати індивідуальний підхід до туристів.

На думку В.А. Квартального не всі туристські мотиви, можуть бути чітко сформульовані і визначені, але їх можна систематизувати. Він запропонував класифікацію туристських мотивацій за двома підставами: мета подорожі та інтереси різних туристських груп. Виділяють наступні цілі туризму: розважальні, рекреаційні, пізнавальні, оздоровчі, лікувальні, професійно-ділові, гостьові та інші. Всі ці цілі обумовлюють ті чи інші потреби.

Залежно від мети подорожі потреби умовно можна класифікувати в такий спосіб:

1. Турбота про здоров'я. Потреби в лікуванні можуть мати різну функціональну навантаження і в екстремальному випадку лікування може бути основною метою поїздки. Туристична поїздка може бути:

- оздоровчою – загальна мета всіх турів (клімат, відпочинок, корисні для здоров'я моральні та фізичні впливи);
- припускати лікування в якості супутньої програми;
- лікувальною за приписом лікаря (лікування є основною метою туристичної подорожі), що включає відвідування курорту, водолікарні, спеціалізованого санаторію, клініки.

2. Заняття спортом. Сюди входять тури, що дозволяють займатися в період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно протягом року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, вітрильний спорт, серфінг, підводне плавання, сплав на байдарках і катамаранах та багато іншого.

3. Навчання. Тут можна виділити, перш за все, вивчення іноземних мов та розмовну практику, що передбачають щоденні заняття, а також інші види рекреаційних занять. Крім того, сюди входять навчання різним видам спорту і професійні програми навчання (менеджмент, маркетинг, економіка). Невелику групу складають навчальні тури за інтересами (кулінарія, екологія, астрономія).

4. Можливість самовираження і самоствердження. Ці потреби можуть реалізовуватися за допомогою паломництва, основною метою якого є святкування культових обрядів, отримання заряду духовної енергії, а також пригодницьких турів (сафарі, полювання, підкорення гірських вершин).

5. Можливість зайнятися улюбленою справою (хобі) в середовищі однодумців передбачає спеціальні тури для автолюбителів, фанатів і спортивних уболівальників на спортивні змагання, тури для паломників, колекціонерів, гурманів.

6. Розвага і потреба в спілкуванні з людьми. Це в основному подорожі в святкові дні та тури з розважально-пізнавальними програмами. Розважальні потреби можуть бути різні: відвідування атракціонів, аквапарків, відомих театрів, цирків, казино, кабаре, карнавалів, фестивалів, національних свят.

7. Пізнавальні цілі пов'язані зі споживанням культурних цінностей: огляд визначних пам'яток, явищ природи, красивих видів і пейзажів, національних парків; ознайомлення з досягненнями культури, науки і техніки (музеї, галереї, культові споруди); відвідування екологічно чистих або, навпаки, дуже забруднених об'єктів, історичних місць і споруд.

Як правило, при виборі турпродукту турист керується цілою гамою мотивів, з яких лише певні мають істотну значущість. Ці мотиви часто об'єднуються в багатокомпонентні комплекси відчуттів і бажань, в значній мірі підсилюють свій вплив на механізм і результат прийняття споживачем остаточного рішення.

Поряд з потребами на формування, територіальну організацію і географічний розподіл туристських потоків і маршрутів впливають ряд факторів, які мають певну можливість підсилювати свій вплив на прийняття рішення про подорож і вибір турпродукту.

Отже, дозвільні цінності – це предмети різноманітної діяльності людей, які задовольняють будь-які матеріальні чи духовні потреби представників різних соціальних груп у сфері дозвілля. Матеріальних дозвільних цінностей відносяться об'єкти природного і соціокультурного середовища, що дозволяють здійснювати різні дозвільні практики. Цінності в сфері туризму як виду дозвільної діяльності дозволяють задовольняти потреби в лікуванні, занятті спортом, навчанні, пізнанні, розвазі, занятті улюбленою справою, а також в самовираженні, самоствердженні особистості і підвищенні її культурного рівня.

Туризм в сучасних умовах є одним з ефективних засобів реалізації соціокультурних цінностей у сфері дозвілля. Це відбувається завдяки посиленню взаємозв'язку і взаємозалежності країн, відкритості кордонів і збільшення масштабів міжнародної торгівлі, а також поширення мережі електронної пошти, мережі Інтернет і мобільних телефонів, які допомагають встановлювати міжнародні контакти, бронювати готелі, квитки на транспорт.

На сучасному етапі розвитку суспільства завдяки розвитку нових технологій і широкого поширення Інтернету з'являються нові види туризму, такі як космічний (орбітальний), віртуальний, науковий. У зв'язку з урбанізацією інтенсивно розвивається екологічний туризм, зростає популярність піших екскурсійних маршрутів, збільшується відвідуваність привабливих в природному і культурному відношенні місць. Зростає інтерес до клубного туризму, який представляє собою різноманітні типи розваг, відповідні певної групи людей (полювання, риболовля, художнє і музичне творчість, тури для колекціонерів).

Різнорманіття видів туризму визначає і різнобічне функціональне навантаження цієї сфери життєдіяльності. Основними функціями, які характерні для цієї сфери життєдіяльності, є економічна, рекреаційна, гедоністичних, пізнавальна, світоглядна і аксіологічна. При цьому різні види туризму можуть реалізовувати одночасно декілька функцій. Таке різноманіття видів і функцій сфери туризму забезпечують всі необхідні умови для реалізації дозвіллевих цінностей особистості.