

Пайгунова Юлия Викторовна

канд. психол. наук, доцент,

Сиразеева Дениза Азатовна

бакалавр, студентка

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической

культуры, спорта и туризма»

г. Казань, Республика Татарстан

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАПРОСЫ МОЛОДЕЖИ К ТУРИЗМУ КАК РЕСУРС РЕЗИЛЬЕНТНОСТИ ИНДУСТРИИ

Аннотация: наступивший спад в развитии туристической отрасли ставит вопрос о поиске скрытых ресурсных возможностей для возвращения отрасли на прежний уровень с опорой на перспективно-ориентированный анализ трансформаций в потребностях туристов. Особенно чутко на изменения в сфере туризма реагирует молодежь. Исследование, проведенное с участием 470 респондентов, подтвердило, что инновационные формы туризма, разработанные с опорой на психологические запросы молодежи, имеют высокий потенциал и могут выступать как фактор резильентности туристской отрасли в условиях вызовов и угроз.

Ключевые слова: психологические туристические потребности, молодежный туризм, аксиология туризма, резильентность туристской индустрии.

Объективные вызовы, связанные с прямыми ограничениями туристической отрасли, косвенным образом сказываются на трансформации потребностей и запросы клиентов туристской индустрии. Последнее десятилетие продемонстрировало особую высокую уязвимость этой сферы. Наступивший спад в развитии туристической отрасли ставит вопрос о поиске скрытых ресурсных возможностей для возвращения отрасли на прежний уровень с опорой на перспективно-ориентированный анализ трансформаций в потребностях туристов.

Особую значимость приобрела проблема устойчивости туристической отрасли. Резильентность рассматривается как способность системы справляться с

изменениями, стрессом, непредвиденными ситуациями и кризисами, а затем восстанавливаться и адаптироваться к ним [3]. В контексте теории резильентности Дж. Малтби адаптивная способность системы рассматривается через способность к реструктуризации, преобразованию или материализации, ее готовности быть гибкой, меняться, готовности к опережению тенденций. Такие решения предполагают создания совершенно нового продукта, до того не представленного в рамках отрасли, создание некой туристской инновации, которая способной удовлетворить новые, до этого не актуализированные потребности клиентов.

В связи с утратой интереса ко многим, уже имеющимся формам туристического времяпрепровождения, инновационный туризм должен оживить внимание у молодежи к привычным дестинациям, которые предлагали традиционные другие формы туристской занятости. В качестве примера, можно привести ситуацию в России с глэмпингами, на которые возлагали большие надежды, и которые в конце концов стали демонстрировать убыточность (причина – отсутствие программ, которые могли бы оправдать затраты туристов на пребывание в них). По статистике Ассоциации глэмпингов России на июль 2024 года в стране было введено порядка 750 глэмпингов, а в 2020 году, когда начался бурный рост в этом сегменте, их было всего 150 [1]. Среди причин падения спроса на глэмпинги владельцы указывают и отсутствие целостной и наполненной программы проживания в них. Уникальные природные локации, которые в избытке может предоставить Россия молодежному туристу, вместе с тем должны быть подкреплены дополненными туристическими предложениями, включающими инновационные практики.

Участниками исследования выступили 470 респондентов разных национальностей, относящиеся к молодежной группе по возрасту. Большинство опрошенных имеют высший уровень, образования, или находятся в процессе его получения – 75,7%.

Участие в опросе проводилось анонимно, анкета включала вопросы с закрытого и открытого типа. В анкету были включены вопросы, которые опреде-

ляли ориентации респондентов на разные виды туризма, оценку туристических запросов: Что Вас привлекает в туризме/путешествиях? Какие психологические проблемы вы могли бы решить с помощью туризма? Какие практики туризма хотели бы попробовать?

По результатам опроса больше всего респондентов в туризме привлекает развлечение и комфорт, и восстановление психологических и эмоциональных сил (рис. 1).



Рис. 1. Частотное распределение туристических потребностей

Важно отметить, что около четверти опрошенных ищут возможности через путешествие обрести гедоническое благополучие, и настроены на удовлетворение своих потребностей в проживании в комфортабельных условиях и посещении развлекательных мероприятий. Гедонистическое благополучие включает и желание восстановить душевное равновесие, избавиться от негативных эмоциональных состояний, усталости, стрессовых раздражителей. В настоящее время происходит смещение акцентов у молодежи на привлекательность туризма как средства восстановления психологического комфорта и связь с самореализацией, личностным ростом, получением новых впечатлений. Исследуя социальные настроения в эпоху пандемии, учёные отмечали, что «потребность в туризме,

связанная с необходимостью получения новых впечатлений, не имеет предела насыщения, и при изменении неблагоприятных условий не исчезает, а сохраняется в латентной форме» [2].

По мнению респондентов более всего туризм может помочь в проблеме эмоционального выгорания, что связано с тем, что большинство опрошенных молодых людей относились к категории студентов, зачастую вынужденных, совмещать учебу с работой.



Рис. 2. Психологические проблемы на решение которых может быть направлен туризм по мнению молодежи

Данный факт наводит на мысль, что в процессе туристической поездки молодежь ищет возможность эмоционально перезагрузиться, уделив время непривычным для себя видам практики. Важным аспектом анализа выступает заинтересованность потенциальных клиентов в тех или иных видах данной туристической практики. При опросе о привлекательности отдельных подвидов психологического туризма, была использована 3-балльная шкала Лайкерта, в которой привлекательность направления оценивалась от уровня «не имеет привлекательности» до уровня «привлекательно» в туризме (рис.3).



Рис. 3. Привлекательность отдельных форм туризма
у представителей молодежи

Анализ предпочтений молодежи показывает приоритетные направления:

- участие в групповых турах для развития коммуникации и поиска единомышленников, имеющих сходные хобби и интересы;
- постижению новых духовных практик, таких как йога, медитация, и пр.;
- направление творческого саморазвития через приобщение к природной среде.

Поколение молодых имеет более высокую поисковую социальную тенденцию, стремится к расширению круга контактов, что отвечает, как общим психологическим характеристикам данного возрастного периода, так и современным трендам на развитие коммуникации.

Поколение молодежи, выросшее в условиях глобализации и проницаемости информационных границ, имеет большую осведомленность, как и позитивное отношение к ассимиляции культурного опыта других народов, что сказывается на готовности к восприятию новых духовных практик, таких как йога, медитации и др. Также молодежь испытывает большую потребность в эмоциональной перезагрузке путём смены обстановки. Городская среда в своей статике

зачастую вызывает чувство однообразия и сильно уступает естественным красотам нетронутой природы, где всё находится в движении.

Молодежь активнее откликается на те возможности индустрии, которые несут в себе новизну для психологической практики саморазвития, и готовы реализовать ее в туризме.

Заключение. Исследование показало, что происходит замещение традиционных потребностей молодых туристов, на другие, связанные с повышением психологического благополучия. Подобно тому, как рассматривают резильентность психологи, определяя ее как способность человека не просто противостоять трудным ситуациям, а подниматься выше прежнего уровня, с которым он справляется, применительно к сфере туризма можно заключить, что ее резильентность перед внешними вызовами, является очагом развития новых туристических практик.

Список литературы

1. Горелова Е. Конец романтики: почему ажиотаж вокруг глэмпингов пошел на спад / Е. Горелова // Forbes. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/519806-koniec-romantiki-posemu-aziotaz-vokrug-glempingov-posel-na-spad> (дата обращения: 21.08.2026).
2. Даниленко Н.Н. Возможности и ограничения сферы туризма и гостеприимства по удовлетворению социальных потребностей туристов / Н.Н. Даниленко, О.А. Суранова // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, №1. – DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(1).14. – EDN UZXXZUA
3. Maltby J. Refining Trait Resilience: Identifying Engineering, Ecological, and Adaptive Facets from Extant Measures of Resilience / J. Maltby, L. Day, S. Hall // PLoS ONE. – 2015. – Vol. 10, no. 7. – P. e0131826. – DOI: 10.1371/journal.pone.0131826. – EDN UUQNHD