

Выделение туристских мотивов: анализ в рамках системного подхода

Задача автора состояла в обработке известных материалов по мотивации выбора туристического продукта в рамках концепции динамических системных матриц

Основой при рассмотрении вопроса выступает, в данном случае, системный метод. Традиционными методами многие из современных экономических проблем эффективно решить невозможно в силу избыточности или недостаточности информации. При анализе сложных проблем и объектов необходимо использовать метод системного анализа. В данном исследовании использовался метод динамических системных матриц, предложенный в работе В.К. Толкачева [1]. В основе метода использован постулат В.А. Ганзена о том, что любая реальность наблюдаемого мира необходимо интегрирует в себе временные, пространственные, информационные и энергетические характеристики. Поэтому изучение и анализ любой системы всегда проходит в плане этих четырех общенаучных категорий: *время – пространство – информация – энергия* или *душа-тело-сознание-дух*. В итоге получается более целостное представление об объекте, т.к. исследователь обращает внимание на многие аспекты, которые при обычном анализе остались бы не акцентированными.

Автор неоднократно использовала данный метод в своих научных работах, например [2]

Целью системного анализа в данной работе является поиск ответа на вопрос: степень важности различных мотивов. Туристский мотив – потребности, которые заставляют людей приобретать туристский продукт.

Специалисты в сфере туризма обычно выделяют восемь туристских мотивов:

- 1) Забота о сохранении здоровья
- 2) Занятия спортом
- 3) Обучение
- 4) Возможность для самовыражения и самоутверждения
- 5) Возможность посвятить себя любимому увлечению
- 6) Решение деловых проблем
- 7) Развлечения и общение с другими людьми
- 8) Удовлетворение любопытства и повышение культурного уровня

При формировании спроса на турпродукт и при формировании программ обслуживания необходимо учитывать факторы, оказывающие влияние на туристские мотивы: возраст, образование, социальная принадлежность, менталитет, доход, семейное положение, отпуск, работа, здоровье, место проживания, сезон и другие.

Автор попытается проанализировать данные мотивы с точки зрения системного подхода в рамках динамической системной матрицы.

Таблица

Матрица анализа туристских мотивов

ДУХ	СОЗНАНИЕ
3)Обучение (духовное обучение) 4)Возможность для самовыражения и самоутверждения 5)Возможность посвятить себя любимому увлечению (религиозные туры, туры в «места силы», туры в религиозные центры, патриотические туры)	3)Обучение (ум, разум) 8)Удовлетворение любопытства и повышение культурного уровня 5)Возможность посвятить себя любимому увлечению (выставки образовательного характера, места, где можно чему-то научиться)
ДУША	ТЕЛО
7)Развлечения и общение с другими людьми 5)Возможность посвятить себя любимому увлечению (шопинг, встречи с друзьями, концерты, выставки, оказывающие влияние больше на чувства, чем на интеллект)	1)Забота о сохранении здоровья 2)Занятия спортом 6)Решение деловых проблем 5)Возможность посвятить себя любимому увлечению (плавание, дайвинг, спа-процедуры, новая кухня)

Таким образом, многие туры одновременно удовлетворяют сразу несколько туристических мотивов, правда с разной полнотой и с разной ранжированностью мотивов по степени их

Секция 16. Современные тенденции развития экономики

удовлетворения, т.е. являются комплексными. Но является ли такое удовлетворение потребностей системным? На мой взгляд, в большинстве случаев – не является, т.к. не удовлетворяется главная цель системы.

Главная цель развития человека и человечества – духовное развитие, развитие самосознания, саморазвитие, познание себя и своего места в мире, своего пути и предназначения. В большей степени этой цели соответствуют религиозные туры (для религиозных людей, а не для просто любопытствующих), путешествия с целью духовного обучения, путешествия в особенные места для верующих людей. И гораздо меньшее значение в этом плане уделяется путешествиям по родной стране, где удовлетворяются физические потребности в движении, потребности в новых знаниях, душевная потребность от общения с родными местами и от общения с близкими людьми, духовные потребности в виде гордости за свою страну, за своих предков, свою историю и возникающее желание тоже что-то сделать ради неё, развиваться и быть достойными своего РОДА. В этом плане, на мой взгляд, возникшие за последние месяцы проблемы в турбизнесе надо рассматривать с точки зрения не потерь, а принципиально новых возможностей перед отраслью и страной.

Литература

1. Толкачев В.К. Роскошь системного мышления. Руководство-практикум по развитию мышления. – СПб, Центр практической психологии «Эмпатия», 1999. – 350 с.
2. Сычева О.А. Отношение к труду россиян и американцев: сравнительный анализ с использованием динамических системных матриц (монография) Современные подходы к управлению/теория и практика/: моног./под общ. Ред. Н.В.Чайковской. – Муром: Изд.-полиграф. центр МИ ВлГУ, 2011. – 232с. (с.53-76).