
УДК 338.482:316.(470.6)
ББК 60.564.04(235.7)
Ю 16

Т.А. Юдина,

доктор социологических наук, профессор, проректор Сочинского государственного университета, г. Сочи, тел. 8-918-408-38-46, e-mail: yudinat@list.ru

А.А. Арсланова,

соискатель кафедры общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин Эссентукского института управления, бизнеса и права, г. Эссентуки, тел.: 8-918-227-73-21, e-mail: 2277321@gmail.com

**Функциональное многообразие стереотипов
рекреативных ожиданий в массовом сознании
(Рецензирована)**

Аннотация. Рассмотрено функциональное многообразие стереотипов рекреативных ожиданий в массовом сознании как результат функционирования целостной системы саморегуляции, интегрально характеризующей особенности отражения и результаты этого отражения в деятельности. Доказана необходимость выявления актуальных принципов, закономерностей, механизмов и путей развития сложной системы процесса индивидуальной саморегуляции социальной деятельности, благодаря которой сохраняется высокий уровень востребованности массового отдыха.

Ключевые слова: санаторно-курортная система, рекреация, туризм.

T.A. Yudina

Doctor of Sociology, Professor, Vice Rector of the Sochi State University, Sochi, ph.: 8-918-408-38-46, e-mail: yudinat@list.ru

A.A. Arslanova,

Applicant for Candidate's degree of the Department of the General Humanities and Natural Science Disciplines, Essentuki Institute of Management, Business and Law, Essentuki, ph.: 8-918-227-73-21, e-mail: 2277321@gmail.com

**Functional variety of recreative expectation
stereotypes in mass consciousness**

Abstract. The paper examines the functional variety of recreative expectation stereotypes in mass consciousness as a result of functioning of a complete self-control system which is integrally characterizing features of reflection and results of this reflection in activity. The authors prove a need to identify the actual principles, laws, mechanisms and ways of development of a composite system of the individual self-control of social activity thanks to which high level of a demand of mass rest is preserved.

Keywords: sanatorium system, recreation, tourism.

Исторически, санаторно-курортная система была основной базой обеспечения социального туризма, характеризующегося в прежние десятилетия массовостью и стабильностью. Развитие этой системы обеспечивало отдых населения страны через соответствующие социальные государственные институты: фонды

социального страхования и социального обеспечения, профсоюзы, медицинские и ведомственные учреждения. Все предприятия санаторно-курортного комплекса были соответственно распределены между этими социальными и ведомственными учреждениями, обеспечивающими им постоянную полную загрузку [1].

Проблемы санаторно-курортной отрасли наиболее остро проявились с переходом всей экономики страны к рыночным отношениям. Резкое сокращение дотаций, рост цен, общая политическая и экономическая нестабильность в стране поставили перед рекреационными предприятиями новые задачи, направленные на стабилизацию функционирования в новых социально-экономических условиях.

Деятельность каждого рекреационного предприятия проявляется в двух сферах: внешней и внутренней. Внешняя сфера характеризуется влиянием социальных факторов внешней среды косвенного воздействия и внешней среды прямого воздействия. Социальные факторы и условия, которые не оказывают прямого воздействия на оперативную деятельность предприятия, но определяют стратегически важные направления деятельности, составляют совокупность факторов внешней среды косвенного воздействия. Важнейшая роль здесь принадлежит экономическим, политическим, правовым, социально-культурным, экологическим, физико-географическим факторам. Переменные факторы, которые находятся за пределами предприятия, но влияют непосредственно на его деятельность, составляют совокупность факторов внешней среды прямого действия. Это, прежде всего, поставщики, потребители, акционеры, кредиторы, конкуренты, правительственные и местные органы, и, самое главное, особенности покупательского поведения на рынке рекреационного продукта. Конечным результатом внешней стороны является создание имиджа как самого предприятия, так и его продукта.

Внутренняя сторона — это то, что определяет, насколько эффективно регулирована работа внутри предприятия. В самом общем виде, к внутренним факторам можно отнести структуру предприятия, существующие бизнес-процессы и бизнес-операции, ресурсы, используемые в производственном процессе.

Внешняя и внутренняя стороны деятельности предприятия неразрывно связаны и служат достижению одной

цели — повышению эффективности работы предприятия, а именно: росту объема сбыта продукции и увеличению прибыли.

Как подтверждает опыт рекреационных предприятий российских курортов Северного Кавказа, система управления предприятием — это совокупность функционально увязанных органов управления предприятием, программно-аппаратных средств документов управления. Социологи выделяют наличие иерархически организованных и связанных общей деятельностью уровней, ориентированных на повышение эффективности функционирования предприятия. В частности, современные структуры управления предприятиями и учреждениями санаторной сферы города Сочи, мало чем отличаются от существовавших во времена жесткого государственного управления. Появились некоторые современные для условий рыночной экономики отделы и отделения, но они, в основном, методически и методологически базируются на практике работы прежних десятилетий. В действующих структурах управления появились такие новые подразделения, как «финансовый отдел», «маркетинговый отдел и бюро», «рекламный отдел», «отдел продаж» и др. Однако о масштабной современной социокультурной эффективности деятельности данных новых организационных образований пока говорить не приходится.

Учитывая многообразие организационно-правовых форм собственности в санаторно-курортной отрасли, в целях их стабильного функционирования представляются важными поиск, применение и внедрение новых методов и форм их культурно ориентированной деятельности.

Наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и стран в мировом туризме, и, наоборот, нежелательные факторы снижают туристский поток. При анализе ситуации в целях объективной оценки следует как можно более полно установить их номенклатуру для конкретного сегмента рынка. Исходя из обозначенного подхода, основные факторы,

влияющие на формирование стереотипов рекреативных ожиданий в массовом сознании, предложено разделить на две группы: статичные и динамичные.

Статичные факторы имеют протяженное, а по ряду показателей — и неизменное во времени значение. В эту группу входят природно-климатические, географические, культурно-исторические факторы. Именно они (по мнению большинства респондентов) в первую очередь определяют привлекательность мест отдыха. Не случайно южные регионы с теплым климатом имеют положительное сальдо по статье «туризм — поездки», в то время как во всех северных странах, будь то Россия или богатая Скандинавия, сальдо отрицательное.

Историко-культурные ресурсы приобретают все большее значение с ростом уровня образования и познавательной потребности людей. Наличие высокоценных, а нередко уникальных природных и антропогенных рекреационных ресурсов позволяет осваивать район для международного туризма.

Природные и культурно-исторические условия повышенной привлекательности и комфортности являются ресурсной основой для организации территориально-рекреационных систем международного класса. При всей важности объектов истории и культуры в рекреационно-ресурсной составляющей, природные условия и ресурсы занимают преобладающее место, являясь одной из основных материальных предпосылок современной рекреации [2]. Своеобразие различных социально-экономических факторов и конкретные природные условия формируют «туристскую специализацию» отдельных туристских районов. К динамичным факторам относятся: политические, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические.

Социально-экономический прогресс во все большем числе государств, повышение в связи с этим благосостояния значительных социальных групп населения, дополнительное свободное от работы время, расширение возможностей

для его более рационального использования открывают неограниченные резервы для туристских путешествий. И с целью отдыха, лечения, поиска приключений, удовлетворения познавательного интереса и т.д. Необходимо отметить, что сегодня устойчиво возрастает спрос и на поездки, находящиеся за пределами пиковых сезонов. Такие путешествия как в пределах своих стран, так и за рубеж весьма привлекательны в первую очередь для людей со средними и даже ниже средними доходами — молодежи, работающих женщин, людей с физическими недостатками, инвалидов и пенсионеров.

Сейчас в общественном сознании материальные блага в международном туризме отошли на второй план. Люди нуждаются в духовных ценностях, в том числе в путешествиях, которые удовлетворяют их эстетические и познавательные потребности. Интерес к туристским путешествиям обусловлен следующими факторами:

- желанием получить новые впечатления;
- усвоить положительный опыт;
- сравнить и оценить условия и уровень жизни людей в разных странах [3].

Социология культуры отмечает, что материально-технические факторы также имеют важнейшее значение для развития туризма и его социально-стереотипных составляющих. Наличие достаточных средств размещения, предприятий общественного питания, видов транспорта и функционального разнообразия рекреационных предприятий, соответствующих мировым стандартам и вкусам людей, обеспечивает в совокупности большие по объему и стабильные туристские потоки. На первый план в инфраструктурном комплексе в последнее время вышла гостиничная индустрия. Наличие современной гостиничной базы с разнообразными и качественными услугами — обязательное условие социокультурной конкурентоспособности на мировом рынке туризма.

Туризм все активнее стимулирует культурное и экономическое развитие

удаленных, малонаселенных и индустриально слабо развитых регионов. Создание там туристских предприятий частично нейтрализует такие негативные последствия прогресса, как отток населения в города, сокращение обрабатываемых сельскохозяйственных угодий, разрушение традиционного уклада жизни населения. Способствует созданию дополнительных рабочих мест, возрождению культурных ценностей, охране и восстановлению памятников истории и культуры, повышению спроса на товары местного производства.

Наряду с позитивными последствиями развития туризма в отдаленных и слабых в структурном отношении регионах необходимо учитывать и отрицательные аспекты. То есть, воздействие туризма на окружающую среду может быть прямым, косвенным, побудительным, а также положительным или отрицательным.

Негативные воздействия туризма, к сожалению, в ряде регионов берут верх над положительными. В частности, это относится к качеству воды, воздуха, к шуму, уничтожению дикой местной флоры и фауны туристами, разрушению исторических памятников.

Преодолению негативных последствий для жизни современного человека отчасти помогает туризм, массовый отдых в целом, являющийся эффективной формой физического и психологического восстановления, так как человеку предоставляется возможность временно покинуть место постоянного жительства, трудовой деятельности, изменить привычную обстановку и образ жизни.

Гуманитарное значение туризма выходит за рамки только познавательной или оздоровительной функции, так как он во многом способствует взаимопониманию народов, развитию мирных, дружественных отношений. Добрососедские отношения между государствами являются важнейшим условием для туристского обмена.

Наряду с этим, международный туризм порождает определенные социальные издержки и дополнительные

расходы на поддержание окружающей среды, которые «ложатся на плечи» принимающего региона и его жителей. Слишком бурное развитие туризма и полная зависимость от него ставит следующую проблему: если прекратить дальнейшее развитие туризма, это грозит экономическим спадом; если же его не ограничивать, то природные и культурные ресурсы страны оскудеют, придут в негодность и обесценятся. В подобном случае принять решение, как правило, довольно сложно.

Рассматриваемая взаимосвязь человеческих сообществ и экологической системы, важно обратить внимание на состояние последней. Ухудшение экологической ситуации ущемляет социальные потребности и противоречит интересам населения, вызывая социально-экологическую напряженность на региональном и национальном уровне. Для современной России социально-экологическая напряженность является одним из основных факторов формирования неблагоприятной социальной ситуации в стране. В схемах рекреативности, необходимость в экологической государственной политике, по мнению ряда современных авторов, вытекает из трёх особенностей нынешнего этапа развития России: — взаимоотношения общества и природы объективно вступили в опасную фазу, когда удовлетворение жизненных потребностей человека путём фронтальной атаки на природу вызывает в ней такие изменения, которые начинают потенциально угрожать существованию человека, как биологического вида; — экологически опасные воздействия человека на природу вызваны к жизни социальными механизмами, которые и управляют промышленной, агротехнической и другими сферами деятельности общества, т.е. теми механизмами, вне которых современный человек немислим; — социальный и природный аспекты жизни человека должны рассматриваться ныне в неразрывном единстве, так как, не управляя социальными процессами, общество может сделать окружающую среду непригодной для существования человека.

Таким образом, рекреационное предприятие часто оказывается в ситуации культурологической неопределённости относительно внешней среды. Здесь следует стремиться к созданию надёжной системы взаимодействия внешнего и внутреннего социокультурного менеджмента, которая позволит оказывать воздействие на ключевые факторы, непосредственно влияющие на стабилизацию функционирования предприятия, а также разрабатывать альтернативные варианты своих действий на рынке рекреационного продукта.

Примечания:

1. Безденежный Т.И., Сердобольская И.О. Развитие санаторно-курортного комплекса и туризма в курортном районе // Тр. Академии туризма. Вып.3. СПб., 2000. С.201-210.
2. Фатхутдинов Р.Г. Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности // Социологические исследования. 2005. №5. С.118-127.
3. Быков А.Т., Кветенадзе Л.А. Управление рынком туристских услуг: Препринт. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. С.17.

References:

1. Bezdenezhny T.I., Serdobolskaya I.O. Development of a sanatorium complex and tourism in health resort district // Proc. Tourism Academy. No. 3. SPb. 2000. P. 201-210.
2. Fatkhutdinov R.G. Management as a tool to achieve competitiveness // Sociological Researches. 2005. No. 5. P. 118-127.
3. Bykov A.T., Kvetenadze L.A. Management of the tourist service market: Pre-print. SPb.: SPbGUEF Publishing House, 2000. P. 17.