

## Экология сознания – основной фактор развития туризма.

**Метель С.Н., к. т.н., доцент Санкт-Петербургского института гостеприимства.**

Современный мир выделяет основную тенденцию развития туризма в обществе – эстетическую направленность. В связи с этим термин «экологическое сознание» приобретает значимость и трактуется на основе научного представления об эстетических категориях. Экология сознания в сфере туризма – это стремление человека, путешествуя по миру, найти прекрасное, исключить низменное и трагическое и обретая свою сущность, возвысится духовно.

При сопоставлении схемы эстетических категорий (рис.1) и специфики маркетинга в индустрии гостеприимства (рис.2) очевидным является факт, что «прибыль не может быть ежеминутной». Любыми средствами нельзя решить задачу развития туризма, нужен инструмент и этим инструментом является экологическое сознание. Неразрывная взаимосвязь производства и потребления услуг предполагает различную степень контакта. Многие услуги неотделимы от того, кто и как их предоставляет, с одной стороны, и кто и как потребляет – с другой. Результатом неразрывности производства и потребления услуг является то, что качество обслуживания находится в непосредственной зависимости от экологии сознания тех и других. Указанные обстоятельства обуславливают новую функциональную задачу развития туризма. Возникает необходимость создавать, изучать, обучать, рекламировать, продвигать на рынок, продавать и оценивать процесс взаимодействия между теми, кто производит услугу, и теми, кто ее потребляет через призму экологического сознания. Долгосрочные взаимоотношения на таком уровне продавца и покупателя обойдутся значительно дешевле, чем маркетинговые расходы, необходимые для усиления интереса к туризму со стороны потребителей. Отличительной особенностью такого подхода является комплексный характер предложения, в котором услуги размещения, питания и прочие услуги дополняют друг друга, являются взаимосвязанными и воспринимаются потребителем экологически безопасными (вода, воздух, продукты питания, помещения, транспорт, компетентность персонала, туристские маршруты, животный и растительный мир и многое другое, окружение туриста).

Положительным примером служит зарождение экологического туризма. Здесь решается основное противоречие между удовлетворением туристского спроса и рациональным использованием туристских ресурсов. Побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию. Экологическое сознание проявляется в управлении процессами влияния туризма на природу при изменении поведения туристов путем повышения уровня образования; воспитания уважительного, бережного и гуманного отношения к местным жителям, животным и растениям в посещаемой ими местности, а также ограничение общего числа посетителей при посещении особо ценных природных объектов и территорий, использование современных технических средств и новейших технологий, позволяющих минимизировать загрязнение окружающей среды.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. №1230-р предложена концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2016 годы)", которая определяет практическое решение развития туризма в России. «В рейтинге международной конкурентоспособности стран в туристском секторе, опубликованном Всемирным экономическим форумом в марте 2009 г., Россия заняла 59 место из 133 стран, при этом природные богатства нашей страны - на 5 месте, а объекты культурного наследия - на 9». Основным резервом развития туризма является экологический туризм (рис.3). Такой вид туризма может стать примером развития экологического сознания всей индустрии туризма. Кроме примеров развития отдельных видов туризма, в формировании экологического сознания играет воспитательный фактор. Развивая культурно-познавательный и активный туризм среди молодежи, обращаем внимание, что природа является главной ценностью для развития жизни человека на земле и требует к ней бережного отношения.

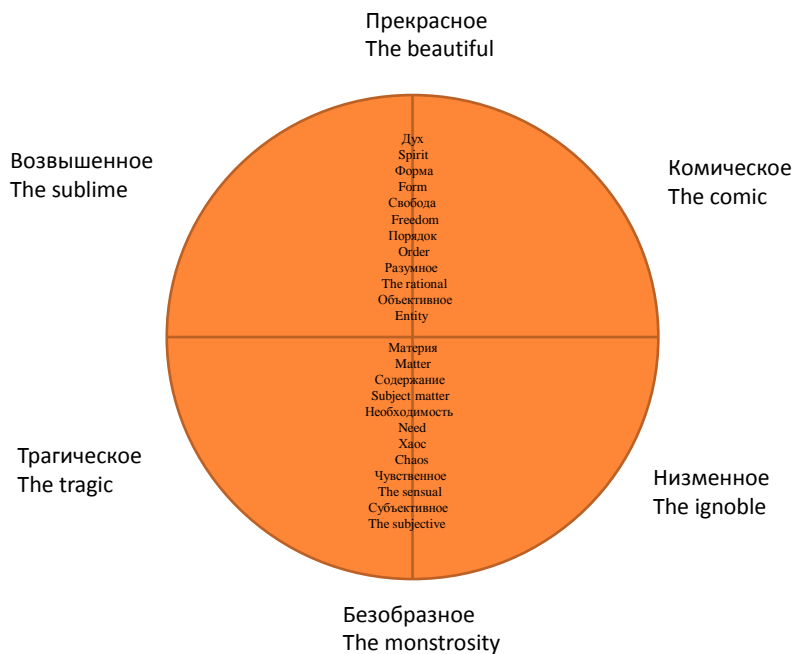


Рис. 1 Эстетические категории

Все виды туризма и применяемые для их обозначения термины в той или иной мере обязаны своим происхождением и развитием мощному воздействию на современное общество экологического императива. Они отражают тенденцию возросшего интереса к природе и бережного отношения к окружающей среде, основанную на повышении уровня экологического сознания людей, а также концепции устойчивого, сбалансированного развития и сохранения биологического разнообразия.

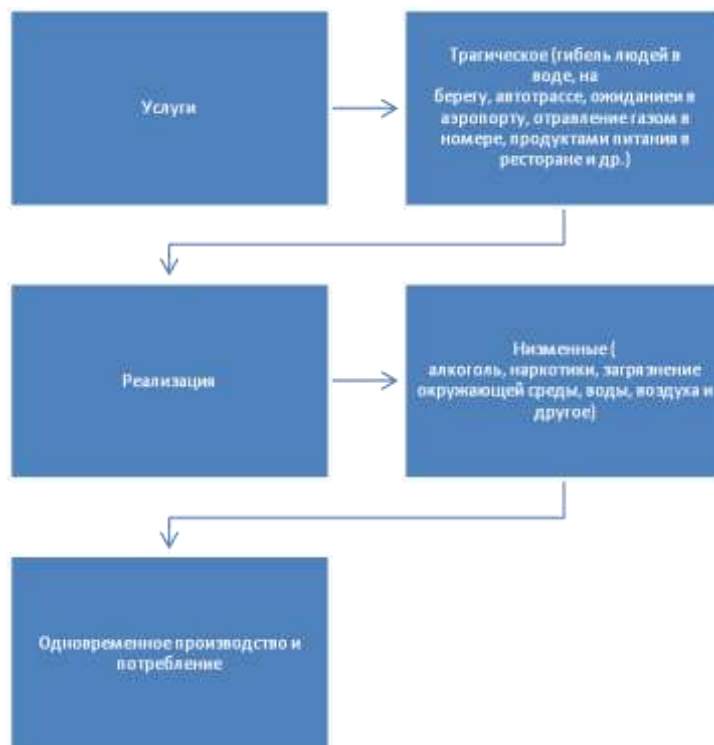


Рис. 2 Взаимосвязь услуг и эстетических категорий в туризме.

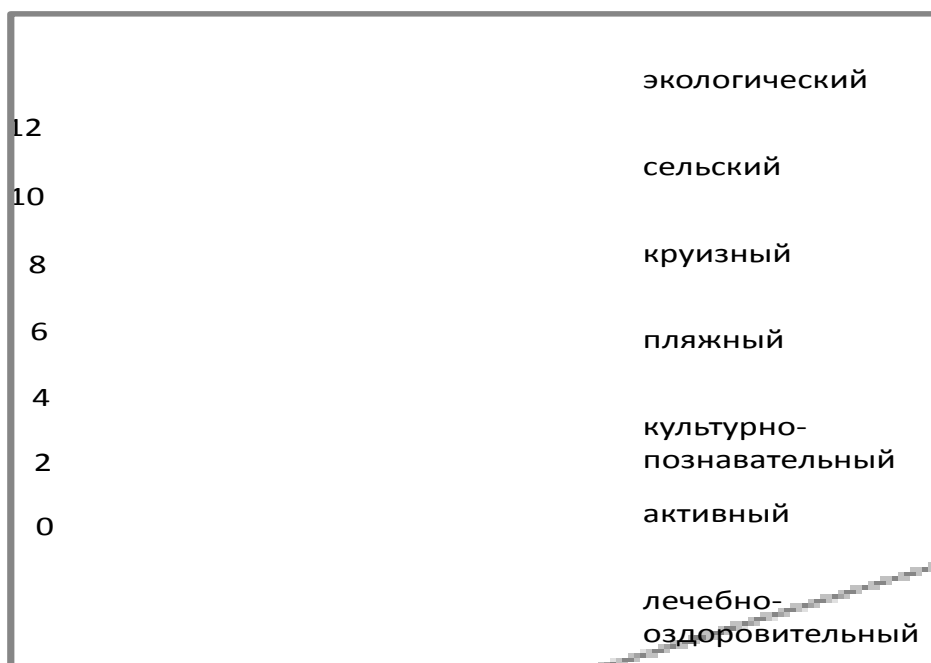


Рис. 3 Направления развития туризма в России в 2011 году

#### Выводы:

- 1) С целью развития туризма необходимо провести анализ, изучение и систематизацию туроператоров, предлагающих услуги по развитию экологического туризма, создать специализированные туристические фирмы, как образец развития экологического сознания в индустрии гостеприимства.
- 2) Воспитание экологического сознания через увеличение школьных, студенческих культурно-познавательных туров, вовлечения в активный туризм.
- 3) Проведение мониторинга, контроля туроператоров через обучение экологическому менеджменту для повышения качества профессионализма.
- 4) Использование инновационных, энергосберегающих технологий при создании туристических объектов, наглядно формирующих экологическое сознание в туризме.
- 5) Использование инструмента экологического сознания в туризме подразумевает интеграцию социальных, экономических, экологических аспектов в процессе принятия решений.

#### Литература:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р. Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2016 годы)".
2. Экономика и организация туризма: международный туризм / Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. - М.: КНОРУС, 2005.
3. Tourism and Environment, Principle for Sustainable Tourism (Special Issue). Enviro (International Magazine on the Environment). June 1994. No 17. P. 3-5.
4. Петрасов И. Экономико-географические предпосылки развития туризма в странах мира. 2002.
5. Junk R. Wieviel Touristen pro Hektar Strand? // GEO. 1980. Heft 10. P. 154-156.