

*Фадеби Анастасия Мариам
студентка 4 курса бакалавриата,
Школа Кавказского гостеприимства,
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)
Северо-Кавказский федеральный университет в г. Пятигорске
Россия, г. Пятигорск
e-mail: afadebi@mail.ru*

*Научный руководитель: Карданова М.Л.,
преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела
Школа Кавказского гостеприимства,
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)
Северо-Кавказский федеральный университет в г. Пятигорске
Россия, г. Пятигорск*

ТУРИЗМ XXI ВЕКА: МЕНЯЮЩИЕСЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ

***Аннотация:** В данной статье обсуждается, как в XXI веке мир меняет наше нынешнее общество на пороге технологических изменений. А также, почему меняются социокультурные ценности. В современном мире главным фактором динамичного развития туризма считается ценность туристского продукта для конечного потребителя. В ее формировании принимают участие большое количество организаций сферы туризма, формируя цепочку создания ценности туристского продукта.*

***Ключевые слова:** туризм, путешествие, ценность, сфера услуг, экономика.*

*Fadebi Anastasia Mariam
4th year bachelor student,
School of Caucasian Hospitality,
Institute of Service,
Tourism and Design (branch)
North Caucasus Federal University in Pyatigorsk
Russia, Pyatigorsk*

*Scientific adviser: Kardanova M.L.,
Lecturer at the Department of Tourism and Hotel Business
School of Caucasian Hospitality,
Institute of Service, Tourism and Design (branch)
North Caucasus Federal University in Pyatigorsk
Russia, Pyatigorsk*

TOURISM OF THE XXI CENTURY: CHANGING SOCIAL AND CULTURAL VALUES

Abstract: *This article discusses how the 21st century world is changing our current society on the threshold of technological change. And also why sociocultural values are changing. In the modern world, the main factor in the dynamic development of tourism is the value of the tourist product for the end user. A large number of tourism organizations take part in its formation, forming a value chain of a tourist product.*

Keywords: tourism, travel, value, service sector, economy.

Туризм и путешествия – это темы, которые были знакомы на протяжении веков в историях и песнях. Однако превратить праздное удовольствие в предмет академического исследования, разработать методологию и научную литературу – это немалый подвиг. Туризм занимает особое место в человеческой жизни, поскольку мы отделяем себя от требований повседневной жизни и уходим на периферию удовольствий

Значение туризма в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни сегодня невозможно переоценить. На сегодняшний день можно выделить три основных направления влияния туризма на жизнь общества: экономическое, социальное и гуманитарное.

Экономическое воздействие туризма несколько диспропорционально по своим видам и направлениям. Например, известно, что большие экономические выгоды государству приносит въездной вид туризма, экономическое значение туризма для отправляющей страны несколько ниже. Ценность туризма как экономической отрасли захватила мировые заголовки газет; любая угроза, такая как террористический акт, рост цен на газ или медицинская пандемия, вызывает озноб у правительственных чиновников и фондовых рынков. ВТО следит за экономическими выгодами туризма, но внутренняя ценность туристического отдыха для человека часто упускается из виду, потому что он имеет мало или вообще не имеет ощутимой ценности.

Низкий уровень жизни трудящихся, стрессы, нарушение экологического равновесия в природе – эти и другие проблемы современного общества имеют место и в нашей стране.

Для миллионов людей во всем мире отдых - это их символический маяк, заманивающий каждого в царство личного очарования, освобождающего от стресса нашей рутинной жизни. В современном обществе, среди трудящихся всех классов - медицинских, юридических, профессиональных, духовных или фермерских, многие являются работниками “прожиточного минимума”, но лишь немногие - “праздными”.” В городских центрах они борются с дорожным движением, парковкой, шумом, загрязнением окружающей среды, язвами, стрессами, инсультами и сердечными приступами.

Развитие туристской отрасли способно внести свой вклад в решение этих проблем. Социальное значение туризма для жизни общества заключается:

- в рациональном использовании свободного времени;
- в обеспечении занятости населения;
- в росте доходов трудящихся;
- в экологической безопасности туризма.

Экологическое влияние туризма состоит, во-первых, в его до некоторой степени безопасности, во-вторых, в возможности такой организации деятельности, которая будет работать на поддержание окружающей среды. Более того, туризм, как никакая другая отрасль, увлечен в поддержании экологии и рекреации, так как это считается важным условием его деятельности.

Величина прямого социально-культурного воздействия связана с развитием туризма и определяется различием в социально-культурных уровнях гостей и местного населения.

Это и традиции, и религия, и образ жизни, и нормы поведения, и привычки, и многое другое. Социально-культурное влияние может быть как положительным, так и отрицательным. К положительному можно отнести обмен культурной информацией. Интерес туристов к культурному наследию страны может вызвать ответное чувство гордости у местных жителей, стимулируя их сохранять свои национальные традиции, ремесла. Негативное влияние часто проявляется в результате прямого контакта, но может возникать и из-за

непропорционального развития туризма и неэффективности реализации потенциальных возможностей.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) видит значение мирового туризма в том, что он вносит вклад в «экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение нрав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии».

Список литературы:

1. Бастакис С., Бухалис Д. и Батлер Р.У. Восприятие малыми и средними поставщиками туристических услуг влияния власти туроператоров в Восточном Средиземноморье // Управление Туризмом. 2004. С. 151-170.

2. Brackenbury M. Неопубликованное заявление. Всемирная Туристская Организация: Мадрид. 2002. 135 с.

3. Батлер Р. У. Концепция цикла эволюции туристской зоны: последствия для управления ресурсами. // Канадский Географ. 1980. С. 5-12.

4. Нельсон Ричард Р. Эволюционная теория экономических изменений. М.: Дело, 2002. 535 с.