Федеральное агентство по образованию

# Российский государственный профессионально – педагогический университет

Институт социологии

Кафедра социологии

## КУРСОВАЯ РАБОТА

**СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ РОССИЙСКОГО**

**ТУРИСТА**

## Студент группы СЦэ-413

## Токарева Н.О.

Научный руководитель:

Власова О.И.

### Екатеринбург 2008 г.

**Тема: Социальный портрет российского туриста**

**Обоснование актуальности.**

Решение относительно путешествия концентрируется вокруг выбора места туристского назначения. Разнообразие туристских мотивов содержит в себе различные виды туристских поездок и предполагает многочисленные возможности появления новых мест туристского назначения. Диверсификация образа жизни создает богатый спектр мотивов к путешествию, что, в свою очередь, определяет появление новых мест туристского назначения.

Таким образом, понимание и использование туристских мотивов, знание различных моделей путешествия, влияющих на выбор конкретного туристского продукта, могут стать залогом успешного функционирования туристского предприятия, продвижения туристского направления. Практическая значимость выявления, изучения и использования мотивационных аспектов в сфере туризма очевидна. Выявив мотивы, можно вырабатывать эффективные приемы, способствующие привлечению потенциального туриста и придания ему статуса постоянного, и в конечном итоге воздействовать на характер и объем туристского спроса и сбыта.[[1]](#footnote-1)

**Проблемность ситуации.**

В настоящее время выбор места отдыха очень сильно зависит от дохода путешественника. Например, люди с низким доходом не могут себе позволить поехать во время отдыха в отдаленные уголки мира из-за высокой стоимости авиабилетов, а те, кто имеет достаточно средств на оплату любой туристической поездки, вынуждены отдыхать в низкокомфортабельных условиях из-за ограниченности возможностей туристического агентства. В связи этим необходима упорядоченная информация о возможностях и желаниях потенциальных туристов, для оптимального сочетания этих двух аспектов.

**Научная разработанность.**

Разработанность данной проблемы в России достаточно высока. С введением во многие вузы такой специальности как туризм, возросло и количество учебников, написанных по данному предмету. Практически в каждом из них освещаются факторы, влияющие на выбор туристом места назначения, зависимость активности отдыха от возраста и прочих социальных показателей. Кроме того, каждая фирма, занимающаяся туристической деятельностью, уделяет большое внимание проведению различных опросов, путем анкетирования клиентов в офисах, а также посредством Интернета. Ну и конечно же существует множество специализированных журналов («Отель», «5 звезд», «Турифо» и др.), которые по заказу или по собственной инициативе проводят опросы и составляют рейтинги популярных стран, курортов, отелей и т.д.[[2]](#footnote-2)

**Интерпретация и операционализация ключевых понятий.**

Социальное положение – место, положение, *статус* индивида или социальной группы в социальной структуре.

Социальный статус – 1. соотносительная позиция индивида или группы, определяемая (*экономическое положение, профессия, квалификация, образование* и т.п.), (*пол, возраст*), а также *престижем* и . 2. Совокупность прав и обязанностей индивида или социальной группы, связанная с выполнением или определением *социальной роли*.

Экономический статус – позиция, положение индивида (группы, организации и т.п.), определяющиеся с точки зрения размера или источника дохода, величины собственности, стандарта благосостояния.

Профессия – устойчивый и относительно широкий вид трудовой деятельности, являющийся источником дохода, предусматривающий определенную совокупность теоретических знаний, практического опыта, трудовых навыков и определяемый разделением труда, а также его функциональным содержанием.

Квалификация – степень и вид профессиональной обученности работника, совокупность его знаний, умений и навыков, поведенческих и мотивационных установок, необходимых для выполнения им определенной работы.[[3]](#footnote-3)

Образование – 1. совокупность систематизированных знаний, умений и навыков, приобретенных индивидом самостоятельно либо в процессе обучения в специальных учебных заведениях. В зависимости от объема и характера знаний различают начальное, основное, среднее, высшее образование, общее и специальное (профессиональное); по содержанию – техническое, гуманитарное, естественнонаучное, социальное. Образование – один из показателей социального статуса индивида и один из факторов изменения и воспроизводства социальной структуры общества. 2. социальный институт, выполняющий функции подготовки и включения индивида в различные сферы жизнедеятельности общества, приобщения его к культуре данного общества.

Пол – 1. совокупность морфологических и физиологических особенностей. 2. комплекс соматических, репродуктивных, социокультурных и поведенческих характеристик, обусловливающих личный, социокультурный и правовой статус мужчины или женщины.

Возраст – отмеченный относительными хронологическими границами период в физиологическом, психологическом и социальном развитии человека (раннее детство, дошкольный возраст, подростковый возраст и др.)

Социальный престиж – сравнительная оценка общностью или группой и ее членами значимости различных социальных объектов на основе определенной системы ценностей.

Социальная роль – совокупность норм, определяющих поведение действующих в социальной системе индивидов, в зависимости от их статуса или позиции и само поведение, реализующее эти нормы.

Отдых – состояние покоя либо такого рода деятельность, которая снимает утомление и способствует восстановлению работоспособности.[[4]](#footnote-4)

**Цель исследования.**

Определить социальный портрет российского туриста для дальнейшего практического применения в трудовой деятельности экономистом-менеджером по туризму.

**Задачи исследования.**

1) выявить основные факторы, влияющие на выбор туриста относительно места назначения;

2) узнать обстоятельства, препятствующие путешествию;

3) выяснить предпочтения на основе предыдущих поездок опрашиваемых;

4) найти зависимость выбора места отдыха от социального положения;

**Предмет исследования.**

Предмет исследования – факторы, влияющие на выбор места отдыха представителями различных социальных групп. Принято выделять доминирующие и побочные факторы туристской мотивации, обладающие определенными возможностями усиливать свое влияние на поведение потребителя и процесс принятия им решения о путешествии и выбор туристского продукта.

- возраст;

- образование;

- социальная принадлежность;

- менталитет;

- конфессия;

- доход;

- семейное положение;

- работа;

- отпуск;

- здоровье;

- численность туристской группы;

- географическое направление;

- сезонность;

- активность

**Объект исследования.**

Объектом исследования являются различные слои населения города Екатеринбурга, которые отдают предпочтение проведению отдыха вне дома.

**Гипотезы.**

1. Основным фактором, влияющим на выбор места отдыха, является экономическое положение индивида.

2. В меньшей степени влияют на выбор места отдыха такие факторы, как возраст, образование, наличие свободного времени, семейное положение и здоровье.

3. Обстоятельства, препятствующие путешествию - это отсутствие заграничного паспорта, ограничения по здоровью, дефицит времени, жизненный цикл семьи, дефицит интереса, страх и безопасность.

**Характеристика инструментария.**

Всего в анкете 23 вопроса, в том числе:

1. По содержанию:

1) о личности респондента – 8 (2- 7, 9, 10);

2) о фактах сознания – 9 (1, 13- 19, 22);

3) о фактах поведения – 6 (8, 11, 12, 20, 21, 23).

2. По форме:

1) закрытые

* альтернативные – 10 (1, 2, 4-8, 18,20,21);
* неальтернативные – 1 (17).

2) полузакрытые – 8 (3, 10, 11, 12, 14, 16, 19, 22);

3) открытые – 2 (9, 23).

3. По оформлению:

1) табличные – 2 (13,15);

2) линейные – 21 (1-12,14, 16-23).

4. Вопросы-фильтры – 4 (3, 5, 10, 18).

Федеральное агентство по образованию

ГОУ ВПО «Российский государственный

профессионально-педагогический университет»

Институт социологии

Кафедра социологии

**АНКЕТА**

**«Ваш выбор места отдыха».**

**Уважаемый участник исследования!**

**Просим Вас принять участие в опросе, с целью выявления зависимости выбора места отдыха от социального положения. Данное исследование проводится студенткой РГППУ**

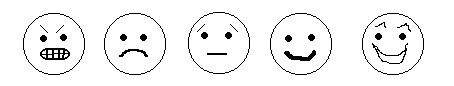
**Техника заполнения анкеты: обвести выбранный ответ(ы) в кружок.**

**Анонимность гарантируется, все данные будут опубликованы в общем виде.**

**Заранее благодарю за участие!**

Екатеринбург 2008г.

**1. Какой из этих рисунков наиболее соответствует Вашему настроению на данный момент?**



1. 2. 3. 4. 5.

**2. Ваш возраст.**

1. младше 17

2. от 18 до 24

3. от 25 до 35

4. от 36 до 55

5. старше 55.

**3. Ваш род деятельности.**

1. школьник

2. студент

3. работаю

4. безработный

5. пенсионер

*Если ваш ответ 3,4,5, укажите профессию*  .

**4. Ваш пол.**

1. мужской

2. женский

**5. Ваше образование.**

1. начальное

2. среднее

3. среднее специальное

4. высшее

5. 2 и более высших

*Если Ваш ответ 1,2, переходите к вопросу №7*

**6.По содержанию Ваше образование:**

1. техническое

2. гуманитарное

3. естественнонаучное

4. социальное

**7. Как бы Вы оценили экономическое положение Вашей семьи.**

1. нам хватает только на еду и одежду

2. если некоторое время экономить, мы сможем купить недорогую бытовую технику

3. у нас есть необходимая бытовая техника, но покупку машины мы себе пока позволить не можем

4. если возникнет необходимость, мы сможем купить квартиру

5. у нас высокий доход, но характеризовать его я отказываюсь.

**8. Выберете ответ, который лучше отражает, сколько времени в году вы обычно отдыхаете.**

1. в соответствии с каникулами

2. мой отпуск 1 месяц, но я не могу взять его весь сразу, особенно летом

3. мой отпуск 1 месяц и я могу взять его весь сразу

4. фактически получается только 2 недели

5. более 1 месяца

**9. Ваше семейное положение.**

1. Замужем (женат)

2. Разведен(а)

3. Не замужем (не женат)

**10. У Вас есть дети?**

1. нет

2. да, (укажите сколько)

*Если Вы ответили Нет, переходите к вопросу №12*

**11. Где обычно отдыхают Ваши дети?**

1. в Екатеринбурге

2. на даче или в деревне

3. в оздоровительных лагерях

4. на юге России

5. за границей

6. другое (укажите)

**12. Где вы провели Ваш последний отпуск(каникулы)**

1. в России

2. за границей в (укажите страну и город)

**13. Как вы оцениваете качество туристского бизнеса в Екатеринбурге?**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | Вид фирмы | Отлично | Хорошо | Удовл-но | Плохо | Не знаю |
| **16.** | государственная | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| **17.** | частная | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

**18. Каковы Ваши цели путешествия чаще всего?**

1. отдых, досуг, развлечение

2. познание

3. спорт и его сопровождение

4. паломничество

5. деловые цели

6. гостевые цели

7. другое (укажите)

**19. Если вы едете отдыхать за границу, что для Вас будет важнее всего?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | Вид отдыха | Очень важно | Не самое главное | Не важно |
| **20.** | Позагорать и  покупаться | 3 | 2 | 1 |
| **21.** | Шоппинг | 3 | 2 | 1 |
| **22.** | Экскурсии,  знакомство с местной  культурой | 3 | 2 | 1 |
| **23.** | Развлечения в отеле | 3 | 2 | 1 |
| **24.** | Оздоровительные  процедуры | 3 | 2 | 1 |
| **25.** | обучение | 3 | 2 | 1 |

**26. Где Вы собираетесь провести Ваш следующий отпуск (каникулы)?**

1. дома

2. посетить другие города России

3. в доме отдыха/ санатории/ лагере на территории России

4. за границей, в Европе

5. за границей, в Турции или Египте

6. другое (укажите)

**27. Выберете две основные причины, по которым вы не можете путешествовать.**

1. стоимость турпродукта

2. дефицит времени

3. ограничения по здоровью

4. жизненный цикл семьи

5. страх и безопасность

6. мне ничто не мешает

**28. Исповедуете ли Вы какую-нибудь религию?**

1. нет

2. да

*Если Вы ответили нет, переходите к вопросу №21*

**29. Какую религию Вы исповедуете?**

1. христианство

2. буддизм

3. ислам

4. другую (укажите)

**30. Совершали ли Вы когда-нибудь паломничество?**

1. нет, никогда

2. нет, но собираюсь

3. да, однажды

4. да, неоднократно

**31. Какую сумму Вы обычно тратите на отдых за год (Ваши родители платят за Вас)?**

1. до 100у.е.

2. 100-500у.е.

3. 500-1000у.е.

4. более 1000 у.е.

**32. Какая группа стран представляет для Вас наибольший интерес?**

1. Европа

2. Северная Америка

3. Центральная и Южная Америка

4. Турция и Египет

5. острова Индийского океана

6. другое (укажите)

**33. Какими языками Вы владеете?**

1. .

2. .

3 .

**Большое спасибо за оказанную помощь в проведении**

**данного социологического исследования!**

Список литературы:

1.   Маркетинг: стратегии, планы, структуры. / Е.П. Голубков - М., «Издательство «Дело» - 1995

2.   Современный маркетинг. / под. Ред. В.Е. Хруцкого - М., Финансы и статистика - 1991 г.

3.   Основы маркетинга. / Ф.Котлер / - М., издательство «Прогресс» - 1991 г.

4.   Маркетинг. Словарь. / Голубков Е.П. - М., Экономика - Дело, 1994 г.

5.   Проблемы планирования и управления. Опыт системных исследований / Под ред.Голубкова Е.П. - М., Экономика, 1987 г.

6.   Формула успеха: маркетинг. Завьялов П.С., Демидов В.Е. - М., Международные отношения, 1988 г.

7. Журнал «Молодёжь» - ст. «Досуг и статус» - СПб: 2002 г., №10, 24 стр.

8. Осипов Г.В. Социологический энциклопедический словарь, ИНФА\*М-НОРМА, Москва, 1998

9. Кравченко А.И., Социология для экономистов, Юнити,М.,2001

10. Квартальнов В.А., Туризм, Финансы и статистика, Москва, 2001

1. Квартальнов В.А., Туризм, Финансы и статистика, Москва, 2001 [↑](#footnote-ref-1)
2. Квартальнов В.А., Туризм, Финансы и статистика, Москва, 2001 [↑](#footnote-ref-2)
3. Маркетинг. Словарь. / Голубков Е.П. - М., Экономика - Дело, 1994 г. [↑](#footnote-ref-3)
4. Осипов Г.В. Социологический энциклопедический словарь, ИНФА\*М-НОРМА, Москва, 1998 [↑](#footnote-ref-4)