

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КЛИЕНТОВ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ДЛЯ НИХ ТУРОВ**

**Цвик Инна Аркадьевна**

магистрант, Санкт-Петербургского государственного института культуры, РФ, г. Санкт-Петербург

Туристический рынок, ориентированный на туристов третьего возраста, получил в последнее время повышенное внимание специалистов различного профиля, поскольку важность этого сегмента рынка становится все более очевидной. Однако до сих пор не было привлечено значительное внимание к пониманию психологических аспектов возрастных туристов. «Третий возраст» - это условное название первых лет пенсионного возраста, приближающего человека к старости. Это период активной деятельности, благоприятный для путешествий, новых интересов и возможностей. К «третьему возрасту» можно отнести период с 55 до 75 лет - у женщин, и с 60 до 75 лет - у мужчин.

Изучением проблем «третьего возраста» как потребителей туристских услуг занимаются отечественные и западные ученые, специалисты и социологи.

Особенностью туризма третьего возраста, делающей его крайне привлекательным для специалистов, является отсутствие ярко выраженной сезонности. При выборе времени туристской поездки туристы «третьего возраста» не ограничены рамками отпускного периода. Потенциал туризма лиц пожилого возраста огромен, но ограничен финансовыми возможностями и состоянием здоровья. В Европе данный сегмент является самым быстрорастущим.

Что же движет туристами третьего возраста при выборе путешествий? В первую очередь это мотивация. Мотивация часто определяется как внутреннее состояние, которое направляет и активизирует. Также мотивация рассматривается как стремление удовлетворить как физиологические, так и психологические потребности людей. Morrison (2002) в своих исследованиях отмечает, что мотивация к путешествиям возникает тогда, когда у индивида возникает потребность в путешествии, но при этом уже реализованы базовые потребности в соответствии с пирамидой Маслоу. Интересен тот факт, что принципы пирамиды Маслоу вполне себе эффективно работают и в сфере туристической индустрии. Поведение индивида определяется определенными сознательными или бессознательными потребностями, которые создают мотивацию для дальнейшего поведения. Теория Маслоу, похоже, общепринята в индустрии туризма, хотя некоторые исследователи, в том числе Гебель и Браун (2011), указали потенциальные недостатки этой теории.

Туризм активизирует психологические особенности, и люди ищут психологические выгоды или вознаграждения в рамках туристической активности.

Поведение путешественников обычно может быть предопределено их намерением. Намерение иногда считается более эффективным, чем поведение. Как объяснил Day (1969), преднамеренная мера более эффективна во многих случаях, чем поведенческая мера при «борьбе» за способ мышления потребителей, поскольку пользователи могут совершать покупки вследствие их пристрастий вместо реальных предпочтений. Этот вывод указывает на важность измерения намерения путешественников точно изучить, что они могут сделать или получить во время туристической поездки. Еще один важный фактор, который помогает понять психология путешественника заключается в том, что путешествия - это мотивация как ключевая движущая сила поведения путешествия (Crompton, 2009).

Мотивация дает подсказки относительно того, почему пожилые люди путешествуют. Подтверждающее доказательство можно найти в исследовании Хагана и Уйсала (2011), где они исследовали большую когорту пожилых людей США и сообщили о том, что возможности для социализации в новых ситуациях, и избавление от стрессовой повседневной жизни были основными ведущими мотивами для путешествий среди этих людей.

По словам Пирса и Кальтабиано (1983), мотивация путешественника является одной из основных переменных, которые могут объяснить тягу к путешествиям. С этой точки зрения, важно, чтобы туристический маркетолог понимал запрос пожилого туриста для удовлетворения его потребностей. Еще один важный, но долгосрочный фактор при исследованиях возрастных путешественников относится к явлению аффекта. Аффект часто определяется как класс психических явлений, которые однозначно характеризуется субъективно пережитым чувственным состоянием. Например, пожилые люди часто испытывают тоску при потере супруга, близких друзей или родственников, социальной активности, и начинают путешествовать, пытаясь эту тоску заместить. Печальные события жизни пожилых людей приводят к депрессии, страху и меланхолии. Поэтому для избегания этих эмоций, пожилые люди начинают путешествовать.

Статистика свидетельствует о том, что почти треть пожилых людей в Европе предпочитают путешествия внутри ЕС, что является существенным стимулом для разработки специальных программ для туристов «третьего возраста» именно в рамках ЕС [7]. Это позволяет аккумулировать турпотоки во внутреннем туризме Еврозоны, что вносит существенный вклад в устойчивое социально-экономическое развитие этого региона.

Как показывают исследования, более половины европейских жителей в возрасте 65 лет (52%) не участвуют в туризме. И это означает, что они не совершали никаких поездок в личных целях, по крайней мере, в последние 5 лет.

Туристы в возрасте 65+ имеют разные причины не путешествовать по сравнению с другими возрастными группами. 48% называют здоровье в качестве одной из основных причин, и это является одной из наиболее часто упоминаемых причин отказа для путешествий. Однако среди остальной части населения (туристы в возрасте от 15 до 64 лет) только 9% указывают на проблемы со здоровьем.

Кроме того, 27% туристов в возрасте 65+ не проявляют интереса к путешествиям, что почти вдвое больше, чем в других возрастных группах (в возрастной группе 15-64 лет этот показатель составляет 15%).

Финансовые причины являются одной из наиболее часто заявляемых причин для не путешествий людей в возрасте 15-64 лет (59%), тогда как только 37% людей в возрастной группе старше 65 лет ссылаются на финансовые соображения в качестве причины для того, чтобы не путешествовать.

Чтобы наблюдать, как изменяются сезонные закономерности путешествий с возрастом, сравнивалось распределение ночей, проведенных двумя возрастными группами 15-64 и 65+ в течение года.

Было установлено, что молодые люди склонны путешествовать во время школьных каникул и поэтому были представлены в летний сезон, а пожилые люди больше путешествуют в «плечевом сезоне», то есть в период путешествия между пиковыми и внепиковыми сезонами, с менее выраженным летним пиком. Разница между 65+ и более молодыми возрастными группами была наиболее выражена как раз перед летом (май, июнь) или ранней осенью (сентябрь), что означает, что более старые туристы расширяют пиковый туристический сезон.

Туристы в возрасте старше 65 лет более склонны совершать более длительные туристические поездки, поездки в пределах своей страны проживания (внутренние поездки) и поездки, проведенные в нежилых помещениях, например, в домах отдыха, которыми они владели

В результате полученных данных можно проследить общие тренды: цена и состояние здоровья являются наиболее значимыми факторами при отказе от покупки тура, а наиболее

предпочтительными видами отдыха признаны лечебный, сельский и познавательный туризм.

Также некоторые лица третьего возраста, ведущие активный образ жизни, предпочитают ездить в туры на автобусе. Как правило, такие туры пользуются популярностью в межсезонье, когда на пляжах и в отелях нет сильной жары и не таклюдно, что очень важно для пожилых людей, да и заниженная цена на билет в такое время тоже играет для них немаловажную роль. Пенсионеры - очень любознательный народ, поэтому именно для этих туров разрабатывается программа, включающая в себя множественные экскурсии и походы по достопримечательностям.

Лица третьего возраста, как туристы, требуют особого подхода во время всего путешествия. И хотя геронтологи положительно относятся к отдыху граждан в возрасте от 60 лет и выше.

Формирования туров для пожилых туристов имеет свою специфику. ВТО посвятила одну из своих конференций вопросам развития туризма для «лиц третьего возраста», в ходе которой был разработан ряд рекомендаций для работников туристской индустрии, а именно: в программах для данной группы туристов предусмотреть дополнительные меры безопасности: медицинское обслуживание: диетическое питание: культурные мероприятия; прогулки; соответствующие возрасту физические нагрузки: предоставление ясной и четкой информации об организации отдыха.

### **Список литературы:**

1. Григорьева Е.И., Трифонов Е.С. Особенности развития туристических программ для пожилых людей // Вестник ТГУ. 2011. №12 (104). С. 627-632.
2. Грошев И.В., Корчагин Е.П. Рынок туристических услуг для людей зрелого возраста: проблемы и перспективы развития // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 6 (92). - С. 47-56.
3. Грошев И.В., Корчагин Е.П. Туристический бизнес для людей старшего возраста// ЭКО. Всероссийский экономический журнал. - 2012. - № 9. - С. 67.-75.
4. Кусков А.С. Социальный туризм//3-е издание стереотипное. 2011. С.392
5. Мосиенко И.В., Тихомиров С.В. Туриндустрия России в зеркале международных сопоставлений // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. - 2012. - № 9. - С. 49-55.
6. Об основах туристской деятельности: федеральный закон № 132 от 24.11.1996 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/), свободный (дата обращения 27.03.2017 г.)
7. Прогноз демографической структуры РФ на 2030 год [Электронный ресурс] // Сайт Федеральной службы государственной статистики. - Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#).
8. Путрик С. Ю. Развитие социального туризма в СССР и Российской Федерации (70-е г. XX в. - начало XXI в.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_12883572\\_75209023.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_12883572_75209023.pdf), свободный (дата обращения 27.03.2017 г.).
9. Ржаницына Л. С. Как сегодня живут пенсионеры: исследование непопулярной темы // Вестник Института экономики РАН. 2012. №1. С. 44-61.
10. Росстат: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/) (дата обращения 23.03.2017 г.).
11. Сергиенко Л.В. Организационно-экономический механизм функционирования

социального туризма. М., 2000.

12. Lynn Minnaert. Article «Social tourism participation: The role of tourism in¬experience and uncertainty», New York [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/261879108>, свободный (дата обращения 24.03.2017 г.).