

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр Российской академии наук»

На правах рукописи



Горбатов Святослав Александрович

**ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ
РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
рекреация и туризм

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Чуваткин Петр Петрович

Сочи – 2022

Оглавление

Введение	4
Глава 1 Теоретико-концептуальные основы развития молодежного туризма	12
1.1 Сущность и содержательные характеристики молодежного туризма	12
1.2 Социально-экономические предпосылки развития молодежного туризма в России	26
1.3 Зарубежный опыт социально-экономического развития молодежного туризма	47
Глава 2 Анализ и оценка социально-экономических условий развития молодежного туризма	66
2.1 Анализ тенденций социально-экономического развития молодежного туризма в России	66
2.2 Оценка влияния факторов развития молодежного туризма на молодежный внутренний турпоток	86
2.3 Научный подход к формированию социально-экономической модели развития молодежного туризма	106
Глава 3 Социально-экономическая модель развития молодежного туризма в России	119
3.1 Формирование социально-экономической модели развития молодежного туризма в России	119
3.2 Разработка рекомендаций по реализации социально-экономической модели развития молодежного туризма.....	135
3.3 Прогнозирование развития молодежного туризма.....	158
Заключение.....	168
Список литературы	171
Приложение А Анкета исследования туристских предпочтений молодежи	193

Приложение Б Сравнительная характеристика скидок и льгот, предоставляемых молодежными картами и студенческим билетом в России на 2020 год.....	195
Приложение В Методика проведения социологического опроса молодых туристов	199
Приложение Г Субъекты Российской Федерации по количеству проживающих на их территории молодых людей	201
Приложение Д SWOT-анализ рынка туристских услуг в секторе молодежного туризма России.....	202
Приложение Е Справка об использовании результатов исследования от Управления развития курортов Администрации муниципального образования Туапсинский район.....	204
Приложение Ж Справка использовании результатов от Управления молодёжной политики Администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края	205
Приложение И Справка об использовании результатов от ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе».....	206
Приложение К Справка о внедрении результатов от ФГБУН «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской Академии Наук».....	207

Введение

Актуальность темы исследования. В современных условиях экономического развития молодежный туризм является перспективным сектором туристского рынка с постоянно возрастающим числом молодых туристов. Туризм выступает способом формирования ценностно-ориентационных, мировоззренческих основ и нравственно-патриотических чувств у молодого поколения, способен удовлетворять потребность молодежи в активном и познавательном отдыхе, выполняет важную воспитательную функцию.

На сегодняшний день молодежь составляет третью часть от всех туристов в мире. До 2020 года доходы от международного молодежного туризма ежегодно увеличивались на 5-7%¹. В Российской Федерации численность молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет на 2022 год составляет 21% от всего населения страны². Вклад сектора молодежного туризма в ВВП Российской Федерации на 2019 год составлял ориентировочно около 1%.

Принимая во внимание вышеизложенное, можно говорить о том, что молодежный туризм способствует выполнению как экономических, так и социальных задач государства. В европейских странах нашли возможность использовать культурно-познавательный и образовательный потенциал молодых туристов и своевременно перестроить внутренний туристский рынок на такие предложения, которые интересны молодому поколению и экономически выгодны для государства.

Молодежный туризм в России на сегодняшний день не имеет четких концептуальных очертаний. Просуществовавшая более полувека и доказавшая свою эффективность советская система управления молодежным туризмом была полностью ликвидирована. Спустя тридцать лет после распада СССР продолжают

¹ Исследование Всемирной молодежной студенческой и образовательной туристической конфедерации / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wysetc.org/> (дата обращения: 10.02.2022).

² Статистический бюллетень Росстата «Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту» - 2021 / [Электронный ресурс]. - https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf (дата обращения: 13.01.2022).

оставаться нерешенными вопросы регулирования и поддержки молодежного туризма. Учитывая склонность молодого поколения к высокой мобильности, создание необходимых условий для молодежных путешествий, с одной стороны, может придать импульс развитию всего внутреннего туризма, что как никогда важно для экономики страны, учитывая все те кризисные явления, с которыми столкнулась Российская Федерация в последнее время, а, с другой стороны, будет способствовать социальному и духовно-нравственному развитию личных качеств молодых людей.

Степень разработанности проблемы. Теоретические вопросы, раскрывающие сущность и особенности молодежного туризма, рассмотрены в трудах таких советских и российских ученых, как Е.М. Андропов, Е.Н. Артемьева, В.Ф. Буйленко, О.Г. Владимирова, В.И. Ганопольский, И.Ф. Игнатьева, А.В. Каменец, И.Е. Карасев, М.С. Кирова, А.Г. Комовский, Е.В. Корягина, И.В. Кутьин, Л.Е. Куприна, С.В. Обручев, А.О. Овчаров, Г.В. Палаткина, Е.Л. Писаревский, Е.А. Стеблецов, В.А. Таймазова и некоторых других, а также в работах зарубежных исследователей, таких, как: М. Кавалли и Д. Косте (Австралия), А. Крешан и Н. Акочелла (Италия), С. Берган и Т. Гагагхер (Нидерланды), Е. Тхюрманн (Норвегия), М. Флеминг, Д. Литтл, К. Грэхэм (США), Э. Бломгрен и С. Юнгстром (Швеция) и других.

Современные тенденции и проблемы развития молодежного туризма содержатся в работах таких российских исследователей, как А.А. Баканова, М.Ю. Белякова, С.И. Берлин, С.А. Боголюбова, А.В. Васильцов, З.Ю. Калоева, Е.А. Каменева, Е.Е. Коновалова, А.Ю. Кононов, Л.В. Стахова, О.В. Ткачева, И.И. Шаполов. Работу в этом направлении ведут также зарубежные исследователи, как М.Г. Хусенова, Д.З. Норкулова (Узбекистан), М. Сиан (Китай), Дж. Беаччо (Испания), Дж. Гродески (США), Р. Грег, М. Венди (Канада), Д. Ордас-Мехиа, М. Осорио-Гарсия (Мексика) и др.

Несмотря на достаточно обширный научный охват исследований в области молодежного туризма, вопросы, связанные с разработкой социально-экономической модели его развития, остаются малоизученными.

Вышеизложенное обусловило выбор темы исследования, формулировку объекта и предмета исследования, постановку цели и задач.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является научное обоснование формирования социально-экономической модели развития молодежного туризма.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- разработать научно обоснованный подход к трансформации социально-экономического содержания молодёжного туризма;
- провести анализ социально-экономического состояния развития молодежного туризма;
- выявить наиболее значимые факторы развития молодежного туризма;
- разработать социально-экономическую модель развития молодежного туризма;
- разработать предложения и рекомендации по использованию социально-экономической модели развития молодежного туризма.

Объектом исследования являются предприятия и организации сферы туризма всех организационно-правовых форм и форм собственности, органы управления, обеспечивающие деятельность в сфере молодежного туризма.

Предметом исследования выступают организационно-экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе развития молодежного туризма.

Соответствие диссертации паспорту специальности. Область исследования соответствует требованиям Паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм)»: п. 15.13. «Построение моделей экономически эффективных туристско-рекреационных систем на федеральном, региональном и местном уровнях»; п. 15.2. «Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местном уровнях».

Научная новизна полученных результатов:

– предложен научно обоснованный подход к трансформации социально-экономического содержания молодежного туризма, основывающийся на этапах периодизации развития туризма и способствующий созданию молодежных турпродуктов, направленных на достижение экономических, культурно-образовательных и духовно-нравственных целей на основе выделения и развития приоритетных видов молодежного туризма в России;

– выявлено и обосновано влияние совокупности факторов развития молодежного туризма на темпы молодежного внутреннего турпотока, что позволяет выявить приоритетные направления активизации мер по развитию молодежного туризма, включающих регулирование объема государственных расходов на социальную политику, номерного фонда низкобюджетных средств размещения, поддержку развития льготно-скидочной системы на туристские услуги, развитие информационных сервисов, транспортную доступность.

– разработана социально-экономическая модель развития молодежного туризма, включающая состав субъектов и объектов управления на государственном, региональном и муниципальном уровнях, их взаимосвязи и воздействия институциональных, организационных и экономических методов на процессы достижения экономических, культурно-образовательных, духовно-нравственных целей молодежного туризма;

– предложены и обоснованы направления реализации социально-экономической модели развития молодежного туризма по усилению координации и коммуникации при создании специализированных структур взаимодействия, использования предложенной структуры молодежного турпродукта и цифровой молодежной туристской платформы, внедрения элементов государственно-частного партнерства.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в обобщении научных подходов и концепций российских и зарубежных ученых о сущности молодежного туризма; развитии и дополнении теоретико-методических основ организационно-экономического обеспечения развития молодежного

туризма; обосновании социальной значимости отдельных видов молодежного туризма; структурировании видов молодежного туризма по их социально-экономическому значению.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности использования социально-экономической модели развития молодежного туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровне управления. Полученные прогнозные значения могут быть использованы для определения и разработки стратегических направлений развития молодежного туризма в среднесрочной перспективе. Предложенные специализированные турпродукты, учитывающие особенности молодых туристов, будут способствовать стимулированию туристской активности молодежи.

Методология и методы исследования. Теоретико-методологической основой исследования выступили общенаучные и специальные методы исследования, а именно: системный и ситуационный подходы, методы анализа и синтеза, абстрагирования, метод ретроспективного анализа, метод группировки, социологические методы исследования, структурный метод, а также методы сравнения и сопоставления, моделирования и прогнозирования.

Информационной базой исследования выступили труды российских и зарубежных ученых в области туризма, материалы периодической печати, международных и всероссийских конференций, сведения из финансовой и аналитической отчетности различных компаний и предприятий, нормативно-правовые акты Российской Федерации, Краснодарского края, регулирующие сферу туризма в целом и сектор молодежного туризма, в частности, официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики, справочные и аналитические материалы Федерального агентства по туризму и Федерального агентства по делам молодежи, а также отчеты и публикации Всемирного совета по путешествиям и туризму.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Исследование сущности и содержательных характеристик молодежного туризма позволило предложить научно обоснованный подход к трансформации

социально-экономического содержания молодёжного туризма, основывающийся на периодизации этапов развития туризма. Представленный авторский подход обосновывает сущность молодежного туризма через формирование ценностно-ориентированной личности путем создания молодежных турпродуктов, направленных на достижение экономических, культурно-образовательных и духовно-нравственных целей на основе выделения приоритетных видов туризма.

2. На основе анализа социально-экономических тенденций развития рынка молодежного туризма выявлено и обосновано влияние совокупности экономических, социально-демографических, инфраструктурных и цифровых факторов на темпы молодежного внутреннего турпотока. Это позволяет выявить приоритетные направления активизации мер по развитию молодежного туризма, включающих регулирование объема государственных расходов на социальную политику, номерного фонда низкобюджетных средств размещения, поддержку развития льготно-скидочной системы на туристские услуги, развитие информационных сервисов, транспортную доступность.

3. Разработана социально-экономическая модель развития молодежного туризма, включающая состав субъектов и объектов управления на государственном, региональном и муниципальном уровнях, их взаимосвязи и действия институциональных, организационных и экономических методов воздействия для достижения экономических, культурно-образовательных, духовно-нравственных целей молодежного туризма. В результате построения целостной модели формируются мероприятия по улучшению функционирования составных элементов и получению эффектов в системе молодежного туризма.

4. Предложены и обоснованы направления реализации социально-экономической модели развития молодежного туризма, включающие создание специализированных структур взаимодействия, способствующих совершенствованию системы координации и коммуникации между всеми участниками сектора молодежного туризма, формирование цифровой молодежной туристской платформы, внедрение партнерского взаимодействия между государством, коммерческими и общественными организациями сектора

молодежного туризма. Эффекты развития молодежного туризма включают увеличение турпотока, совершенствование средств воспитания и социализации молодого поколения.

Степень достоверности и апробации результатов. Основные теоретические выводы и практические предложения диссертационного исследования получили апробацию на международных и всероссийских научно-практических конференциях, в т.ч.: «Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры» (г. Орел, 2019 – 2020 гг.), «Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента» (г. Сочи, 2019 г.), «Социально-экономическое развитие России» (г. Чебоксары, 2019 г.), «Стратегия опережающего развития» (г. Сочи, 2019 г.), «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» (г. Челябинск, 2020 г.); «Социально-экономическое развитие стран, регионов, предприятий» (г. Екатеринбург, 2020 г.), «Вопросы управления и экономики: современное состояние актуальных проблем» (г. Москва, 2021 г.).

Материалы и результаты диссертации использованы при выполнении государственного задания «Теоретико-методологические основы формирования пространственного и инновационного развития рекреационно-туристской сферы Российской Федерации» №0492-2021-0016 (справка о внедрении от 14.03.2022 г. № 23-о). Отдельные результаты исследования использованы Управлением по развитию курортов Администрации муниципального образования Туапсинский район при разработке и реализации муниципальных программ по развитию курортов (справка от 30.03.2022 г. № 156/091), Управлением молодежной политики Администрации муниципального образования город-курорт Сочи при взаимодействии с турфирмами по вопросам организации молодежных туров (справка от 30.03.2022 г. № 01-17/865). Отдельные положения использованы ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе» в процессе разработки и продвижения специализированных туристских услуг для студенческой молодежи (справка от 21.03.2022 № 45).

Публикации. По теме диссертации опубликовано 15 работ общим объемом 6,78 п.л. (в том числе авторских – 4,82 п.л.), из них 5 публикаций (2,88 п.л., в т.ч. авт. – 2,23 п.л.) – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ, 1 статья в научном издании, индексируемом в международной базе данных (0,72 п.л., в т.ч. авт. – 0,36 п.л.) и 9 публикаций (3,18 п.л., в т.ч. авт. – 2,23 п.л.) в других изданиях.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложений. Основной текст работы изложен на 170 страницах машинописного текста, содержит 39 таблиц и 41 рисунок, 9 приложений, список литературы из 198 наименований.

Глава 1 Теоретико-концептуальные основы развития молодежного туризма

1.1 Сущность и содержательные характеристики молодежного туризма

В российской экономической науке сложились разнообразные подходы к пониманию молодежного туризма. Согласно первому подходу, молодежный туризм представляет собой часть спортивной подготовки молодого человека. Н.В. Крыленко, первый главком рабоче-крестьянской красной армии (РККА) и глава Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ) считал, что «самодеятельные туристские походы и экспедиции» крайне важны для «военно-патриотического воспитания молодежи» [151, с. 100].

В известном «Справочнике путешественника и краеведа» С.В. Обручева, изданном в 1949 году, указывается, что путешествия для молодых людей это ни что иное, как «всестороннее развитие физических качеств, полезных практических навыков», а далее выделяется формирование «стойкости духа и ясного морального облика» [102, с. 34]. В «Спутнике юного туриста» под авторством А.Г. Комовского под туризмом юных и молодых людей понимаются «путешествия, гармонично воспитывающие тело и дух», «выносливость и смекалку», а также «общие умения и навыки настоящего мужчины» [61, с. 6].

Редакторская группа журнала «Турист» в выпуске за 1971 год в колонке «Туристская сессия» обращает особое внимание на то, что студенческий и в целом молодежный туризм «не просто развлечение или отдых, а важная часть общей подготовки человека» [157, с. 3], с дальнейшим указанием на духовную, морально-нравственную, образовательную и оздоровительную составляющую путешествий. Авторы одного из последних учебников по спортивному туризму [68] в СССР В.И. Ганопольский и Е.Я. Безносиков видели в молодежном туризме

средство воспитания молодежи «на революционных, боевых и трудовых традициях», а также средство «повышения их работоспособности» [30, с. 130].

Л.Е. Куприна, автор многочисленных работ в области спортивного туризма, относит молодежный туризм к «рекреационному направлению спортивного туризма» и указывает, что молодежный туризм способствует «вовлечению молодежи в спорт» [65, с. 125]. При этом студенческий туризм, по ее мнению, на сегодняшний день выступает «основным источником кадров спортивного туризма», а студенчество она называет наиболее «организованной, активной и управляемой» молодежью [65, с. 123].

Второй подход заключается в характеристике молодежного туризма как одного из видов туризма со специфическим потребителем и экономической значимостью для региона. Данный подход является доминирующим в научной российской литературе. Так, например, Е.Л. Писаревский [122], В.Ф. Буйленко [23], и И.Ф. Игнатьева [50] дают определение молодежного туризма исключительно через расшифровку возраста молодежи: «туризм лиц возраста от 18 до 29 лет» (издания, вышедшие до принятия закона по увеличению возраста молодежи). Е.Н. Артемова и О.Г. Владимирова говорят о молодежном туризме как «особом виде туризма для лиц от 14 до 30 лет», добавляя при этом, что он «способствует положительному развитию региона» [9, с. 54]. А.О. Овчаров считает, что молодежный туризм – это разновидность путешествий, связанная с «желанием молодых людей возрастом от 18 до 25 лет группами или поодиночке отдохнуть или увидеть мир», в результате чего происходит «экономическое развитие региона благодаря увеличению турпотока и открытию новых направлений» [9, с. 74].

Третий подход, популярный в последние несколько лет, предполагает определение молодежного туризма через социокультурные и духовно-нравственные категории. Г.В. Палаткина пишет, что молодежный туризм – это «способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия» [118, с.25]. А.В. Каменец и М.С. Кирова считают, что молодежный туризм выступает таким видом туристической

деятельности, который направлен на «социализацию и социальную адаптацию молодежи в современном обществе» [55, с. 7]. И.Е. Карасев видит в молодежном туризме «важный элемент системы непрерывного образования», благодаря которому происходит «интеллектуальное, духовное и физическое развитие, раскрытие творческих способностей, приобретение коммуникативного опыта» [57, с. 5].

В зарубежной научной литературе за последние 10 лет сформировался единый подход к пониманию сущности молодежного туризма.

Талеб Рифаи (Taleb Rifai), до 2018 года занимавший пост Генерального секретаря Всемирной туристской организации (UNWTO), указывал на позитивные изменения в сфере туризма благодаря молодежи, а молодежные путешествия назвал «одними из наиболее многообещающих на пути к ответственному и устойчивому туризму» [192, с. 2]. Улисес Ортега (Ulises Ortega), председатель исполнительного комитета Всемирной конфедерации молодежного студенческого и образовательного туризма (WYSE Travel Confederation), заявляет о молодежи как инновационном ресурсе, сочетающем в себе новаторство, высокую технологичность, социальную и экологическую сознательность, а также отмечает выгоду от «раскрытия потенциала молодежи в туризме» [192, с. 3]. В конечном счете, молодежный туризм оценивают не просто как важный сегмент туристского рынка, а как «жизненно важный ресурс для инновации и перемен», поскольку именно молодежь оказывается «на переднем крае таких инноваций» [192, с. 6].

Исследователь из Массачусетского университета Джон Розери назвал молодых туристов теми, кто «стоит у руля позитивных изменений» в этом секторе [180, с. 7], а его коллега Дэвид Боуи указал на факт того, что сила молодежных путешествий проявляется «не только в экономических показателях», но в тех «социальных и культурных преимуществах юного туриста», которые они собой воплощают [192, с. 8]. Элин Бломгрэн (Elin Blomgren) и Софи Юнгстрём (Sofie Ljungström) трактуют молодежный туризм с точки зрения синтеза «экономических, инновационных и культурных выгод от любознательности молодых людей» [170, с. 35]. Специалист по молодежному туризму Кирстен

Гален (Kirsten Gahlen) в книге «Устойчивый молодежный туризм» говорит о молодежном туризме как устойчивом секторе туризма, благодаря которому происходит как экономическое развитие территорий, так и внутреннее духовное развитие молодых людей [181].

Контент-анализ зарубежных научных публикаций показал, что большинство трактовок понятия «молодежный туризм» включают в себя признание важной экономической роли путешествий молодых людей при акценте на гораздо более важную социальную роль.

Обобщим рассмотренные точки зрения на сущность молодежного туризма в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Основные подходы к пониманию сущности молодежного туризма в России и за рубежом

Научная школа	Наименование подхода	Автор	Определение молодежного туризма
Отечественная	спортивный	Обручев С.В.	всестороннее развитие физических качеств, полезных практических навыков, формирование стойкости духа и ясного морального облика [102, с. 34]
		Комовский А.Г.	путешествия, гармонично воспитывающие тело и дух, выносливость и смекалку, а также общие умения и навыки настоящего мужчины [61, с. 6]
		Романов С.М.	спортивная составляющая проявляется практически в любом направлении молодежного туризма [134, с. 191]
		Куприна Л.Е.	рекреационное направление спортивного туризма, которое способствует вовлечению молодежи в спорт [65, с. 125]
	экономический	Писаревский Е.Л.	туризм лиц от 15 до 29 лет [122, с. 29]
		Артемова Е.Н.	особый вид туризма для лиц от 14 до 30 лет, который способствует положительному развитию региона [9, с. 54]
		Овчаров А.О.	желание молодых людей возрастом от 18 до 25 лет группами или поодиночке отдохнуть или увидеть мир, в результате чего происходит экономическое развитие региона благодаря увеличению турпотока и открытию новых направлений [103, с. 74]
	социальный	Палаткина Г.В.	способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия [118, с.25]

Продолжение таблицы 1.1

		Каменец А.В.	направлен на социализацию и социальную адаптацию молодежи в современном обществе [55, с. 7]
		Житенев С.Ю.	вид туризма, благодаря которому расширяется видение мира, формируется кругозор молодого человека, формируются свои собственные жизненные принципы [44, с. 219]
Европейская	социально-экономический	Талейб Рифаи	это один из наиболее многообещающих видов туризма на пути к ответственному и устойчивому туризму [176, с. 2]
		Дэвид Боуи	сила молодежных путешествий проявляется не только в экономических показателях, но в тех социальных и культурных преимуществах юного туриста, которые они собой воплощают [180, с. 8]
		Улисс Ортега	молодежный туризм оценивают не просто как важный сегмент туристского рынка, а как жизненно важный ресурс для инновации и перемен, поскольку именно молодежь оказывается на переднем крае таких инноваций [192, с. 6]
		Элин Бломгрен	это синтез экономических, инновационных и культурных выгод от любознательности молодых людей [170, с. 35]

Источник: разработано автором на основе [9, 44, 55, 61, 65, 102-103, 122, 134, 170, 176, 180, 192]

Принципиальное отличие в понимании сущности молодежного туризма в современном мире между российскими и зарубежными научными школами заключается в том, что иностранные исследователи выработали единую социально-экономическую позицию, которая признает необходимость развития молодежного туризма как с целью получения прибыли бизнес-сообществом и развития отрасли туризма, так и с целью социального воспитания и развития молодых людей, в то время как российские ученые сконцентрировали свое внимание на изучении экономического значения молодежного туризма, игнорируя при этом важную культурно-образовательную и духовно-нравственную роль.

Экономическая роль молодежного туризма в современном мире может быть охарактеризована следующим образом.

Во-первых, молодежь является быстрорастущим рынком потребителей туристских услуг во всем мире. В докладе Фонда ООН в области народонаселения

(UNFPA) сказано, что «никогда раньше в мире не было так много молодых людей» и, скорее всего, «никогда впредь не будет такого потенциала для экономического и социального прогресса» [89, с. 2]. Действительно, по различным оценкам, в настоящее время в мире насчитывается около 1,5 млрд молодых людей (в зависимости от того, какая возрастная группа понимается под молодежью, данный показатель может варьироваться; точные сведения отсутствуют), что составляет примерно 16% всего мирового населения [84, с.6]. Например, в странах СНГ доля людей возрастом от 15 до 29 лет на 2020 год составляет 18% [85]. При этом, независимые исследования показывают, что длительность и частота путешествий молодых людей в среднем выше, чем у других категорий туристов [170, 46].

Во-вторых, молодые туристы с высокой вероятностью посетят еще раз то место, которое им понравилось при первом путешествии. Результаты различных опросов утверждают, что молодые люди могут несколько раз посещать места, где общее впечатление от поездки осталось положительным, причем вероятность повторного визита достигает практически 60%, что в два раза выше, чем у других групп туристов [176, 182, 192].

В-третьих, молодые люди с меньшей вероятностью отказываются от путешествий из-за таких негативных явлений, как терроризм, политические и гражданские беспорядки, болезни или стихийные бедствия. Эта возрастная группа готова идти на риск, менее восприимчива к негативным последствиям различного рода социальных и природных катастроф. Более того, подобные события, наоборот, могут привлекать молодежь, что способствует восстановлению экономики региона после социально-экономических бедствий. Генеральный директор крупной туристической компании Каспер Урхаммер (Casper Urhammer) сказал, что молодые люди будут путешествовать, что бы ни происходило в мире: экономический кризис, политические разногласия или экологический коллапс [180].

В-четвертых, международный образовательный туризм, один из самых популярных видов молодежного туризма, основу которого составляют студенты

до 25 лет, не только приносит большой доход принимающей стране, но и создает новые рабочие места. Так, по данным ассоциации международных педагогов (NAFSA), в США за 2020-2021 учебный год иностранные студенты, обучающиеся в колледжах и университетах, внесли 28,4 миллиарда долларов и обеспечили 306 308 рабочих мест в экономике государства [166]. Любопытен и следующий эффект. Каждого иностранного студента в Австралии посещает ежегодно из-за границы, в среднем, 1,3 человека, что приносит экономике страны дополнительные 1,2 миллиарда австралийский долларов [192, с.8].

В-пятых, молодые путешественники находятся в авангарде использования передовых технологий.

Они впервые стали использовать сайты социальных сетей и мобильные приложения для поиска информации о путешествиях и покупке товаров. Благодаря молодому поколению получила широкое распространение и влияние интернет-оценка турпродукта. Очевидно, что компьютеризация туристского сектора невозможна без содействия тех, кто популяризирует новые технологии – молодежи. Так, например, 91% французской молодежи планируют путешествие через систему «Интернет» [177, 194]. Кроме того, возможность работать онлайн во время путешествий через специальные Интернет-сервисы дает молодежи дополнительные средства, благодаря которым они могут продлить свою поездку.

В-шестых, молодые люди открывают и делают популярными новые туристские направления. Благодаря молодым туристам, известность приобрели маршруты по Колумбии, Перу, Венесуэле; в России стали популярными для посещения некоторые горные тропы Кавказский и Уральских гор, отдаленные места на Камчатке и Дальнем Севере.

В-седьмых, молодые туристы наименее притязательны к условиям проживания, питания и транспортной доступности туристских объектов. Исследования показывают, что комфортное размещение и вкусное питание – далеко не самые важные факторы хорошего путешествия у молодежи. Согласно французскому исследованию, рост молодежного туризма обусловлен, в том числе, увеличением числа молодежных хостелов [194]. Многие из молодых людей

готовы пройти пешком до 5 км., чтобы достичь туристского объекта. Наиболее существенный фактор для молодежи – это интересные, познавательные, необычные туры. Такие особенности молодежи как потребителя туристских услуг предоставляют возможность слаборазвитым районам использовать свой природный туристский потенциал для повышения конкурентоспособности, поскольку молодые туристы часто посещают районы, которые не популярны у остальных групп туристов.

Определив экономическое значение молодежного туризма, перейдем к рассмотрению его социальной роли.

Общепризнанно, что очень важную роль молодежные путешествия играют в установлении социокультурных контактов между народами и государствами. Именно молодежь активнее всего перенимает и распространяет особенности других культур, делая их частью целого мира. Молодежь в меньшей степени подвержена влиянию стереотипов и предрассудков, она открыта к принятию новых ценностей и взглядов. Утверждается, что молодежный туризм способствует социальной глобализации [146, 176, 192].

Однако, намного более важным являются направления и степень влияния туризма на самих молодых людей. Ведь «социальное значение» по самому своему определению означает воздействие на какую-либо группу населения.

По мнению одних ученых, туризм способствует «эволюции ценностей и жизненного опыта» молодых людей, что наносит отпечаток «на всю дальнейшую жизнь человека» и «все молодое поколение в целом» [194, с. 5]. Другие ученые, например, Денис Ордас-Мехиа (Denise Ordaz-Mejia) и Марибел Осорио-Гарсия (Maribel Osorio-Garcia) из мексиканского университета полагают, что молодежь «ценит путешествия как инструмент самосовершенствования» и как «элемент собственной профессиональной подготовки» [183, с. 907]. В международных отчетах по молодежному туризму говорится, что путешествия для молодых людей являются неотделимой частью их жизни, неотъемлемой формой их саморазвития, способом формирования мировоззренческих основ и утверждения концептуального видения мира [176, 192].

В ходе социологического исследования, проведенного в Германии в 2017 году, было выделено 10 основных мотивов молодых людей отправляться в путешествие. Результаты представлены на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Причины путешествовать у молодежи по результатам немецкого социологического исследования 2017 года

Источник: разработан автором на основе [198]

Среди мотивов присутствуют стремление к самоопределению, получение новых впечатлений, восстановление после учебных стрессов, необходимость в смене обстановки, решение социальных проблем, установление и поддержание социальных контактов, отсутствие контроля окружения и некоторые другие.

Для понимания мотивационных установок современной российской молодежи в июле 2021 года был проведен анкетный опрос. В опросе приняли участие 1359 молодых людей возрастом от 18 до 35 лет из разных регионов России. Опрос проведен методом интернет-анкетирования с использованием многоступенчатой выборки со стратификацией единиц первой ступени. Ошибка

репрезентативности составила 6,5%, предельная ошибка выборки составила 3,6%. Респондентам предлагалось выбрать три мотива из десяти предложенных, побуждающие их отправиться в путешествие. Анкета представлена в Приложении А. Результаты анкетирования представлены на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 – Туристские мотивы молодых людей возрастом от 18 до 35 лет

Источник: разработан автором на основании анкетного опроса

Результаты анкетного опроса показывают, что наиболее сильными мотивами к туризму у молодежи выступают получение новых впечатлений (91% опрошенных), стремление расширить свои знания (84% опрошенных), знакомство с другими культурами и народами (73% опрошенных), желание развлечься (71% опрошенных) и посещение друзей или родственников (63%). Средними по значимости мотивами являются получение образования (51% опрошенных), потребность в смене обстановки (49% опрошенных), физическая подготовка (45%). Наименее значимыми мотивами оказались лечение и оздоровление (21% опрошенных), восстановление после стресса (9%).

Завершим рассмотрение социального значения молодежного туризма результатами исследования двух шведских ученых, выделивших и оценивших 12 социальных последствий молодежного туризма для территории. В таблице 1.2 представлены шесть наиболее важных из них.

Таблица 1.2 – Оценка социальных последствий от молодежного туризма для территории

Последствие	Оценка	Значение оценки
Знакомство с иностранцами	4,4	«Отлично»
Знакомство с чужой культурой	4,2	«Очень хорошо»
Жизнеспособность общества	3,7	«Хорошо»
Изменение местных социальных обычаев и ценностей	3,2	«Средне»
Напряжение внутри местного сообщества	2,9	«Средне»
Криминал	2,5	«Плохо»

Источник: [170]

Как можно видеть из таблицы 1.2, благоприятными социальными последствиями молодежного туризма являются знакомство с иностранцами и знакомство с чужой культурой, что подтверждает все предыдущие выводы. Достаточно хорошо молодежный туризм отражается и на жизнеспособности принимающего сообщества.

Исходя из подходов к пониманию сущности молодежного туризма, его экономического и социального значения, можно выделить три цели, достижению которых способствует молодежный туризм: культурно-образовательной, духовно-нравственной и экономической. Их содержание представлено в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Содержание целей, достигаемых средствами молодежного туризма

Наименование цели	Заинтересованные стороны	Содержание
Культурно-образовательная	общество; государство	интеллектуальное и физическое развитие молодого поколения
Духовно-нравственная	общество; государство	духовное, морально-нравственное, патриотическое воспитание молодого поколения
Экономическая	преимущественно бизнес-сообщество	извлечение прибыли

Источник: разработано автором

Достижение культурно-образовательной цели средствами молодежного туризма предполагает обеспечение возможности молодым людям получать новые

знания, развиваться интеллектуально и физически, удовлетворять свои потребности в познании и самосовершенствовании.

Достижение духовно-нравственной цели средствами молодежного туризма предполагает создание условий для морально-этического воспитания молодежи, формирования глубоких патриотических чувств и ценностно-ориентационных основ молодого поколения.

В достижении культурно-образовательной и духовно-нравственной целей заинтересовано государство и все общество в целом, поскольку оно способствует увеличению и накоплению социокультурного потенциала молодых людей.

Экономическая цель, достигаемая средствами молодежного туризма, предполагает извлечение прибыли, что вызывает наибольший интерес среди бизнес-сообщества. Такая цель не несет в себе ярко выраженной социальной значимости.

Представим концептуальную схему социально-экономического содержания молодежного туризма на рисунке 1.3. Сущность молодежного туризма заключается в формировании ценностно-ориентированной личности путем создания молодежных турпродуктов, направленных на достижение культурно-образовательных, духовно-нравственных и экономических целей на основе приоритетных видов туризма и разработки социально-экономической модели развития молодежного туризма, направленной на стимулирование формирования и продвижение соответствующих турпродуктов.

Концепция формирования модели развития молодежного туризма заключается в установлении эффективного взаимодействия между субъектами управления и объектами управления в секторе молодежного туризма, основанного на специальных принципах, экономических, организационных и институциональных методах воздействия при необходимом ресурсном обеспечении с использованием определенных техник и технологий управления, в результате которого будет обеспечено достижение поставленных целей.

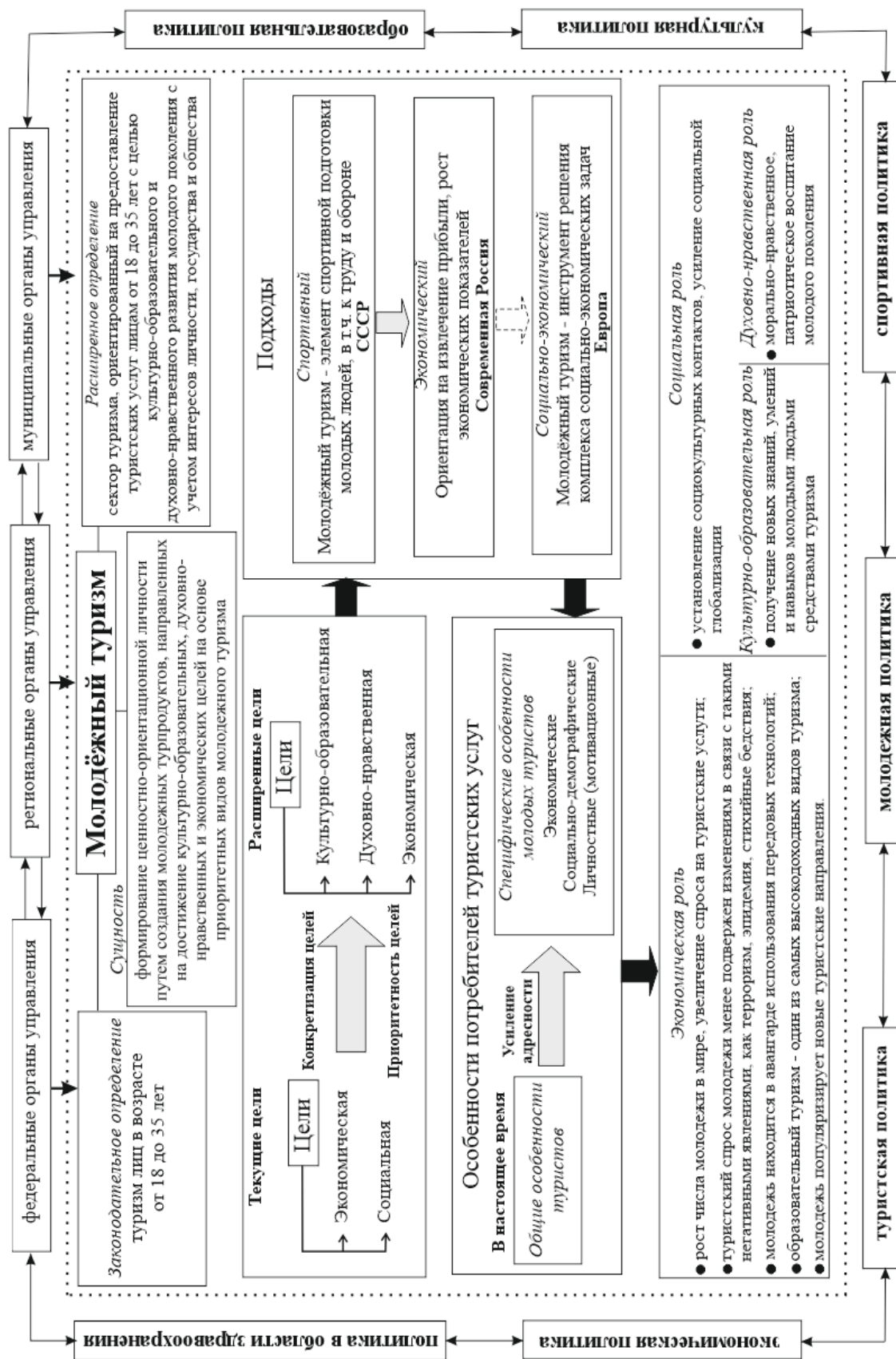


Рисунок 1.3 – Научный подход к трансформации социально-экономического содержания молодежного туризма
 Источник: разработан автором

В модели целесообразно отразить внешние факторы, влияющие на сектор молодежного туризма. Исходя из содержания и сущности молодежного туризма, разрабатываемая модель носит социально-экономический характер.

С экономической точки зрения, модель развития молодежного туризма призвана обеспечить увеличение доходов от повышения туристской активности молодых людей.

С социальной точки зрения, модель развития молодежного туризма призвана обеспечить формирование ценностно-ориентированной личности.

Учитывая многогранную и сложную структуру молодежного туризма, разработка социально-экономической модели его развития позволит абстрагироваться от менее значимых для настоящего исследования элементов и рассмотреть наиболее существенные из них.

Таким образом, раскрыв социально-экономическую сущность молодежного туризма, получены следующие основные выводы:

- в отечественной и зарубежной научной литературе сформировались диаметрально противоположные взгляды на степень важности изучения молодежного туризма;

- в настоящее время в России преобладает экономический подход к определению молодежного туризма, в то время как европейские исследователи отдают предпочтение социально-экономическому;

- молодежный туризм является средством достижения следующих целей: культурно-образовательной и духовно-нравственной, с одной стороны, экономической, с другой стороны;

- сущность молодежного туризма заключается в формировании ценностно ориентированной личности путем создания молодежных турпродуктов.

Далее рассмотрим, как менялось отношение к сущности молодежного туризма, трансформировались методы и способы его регулирования на разных этапах развития общества.

1.2 Социально-экономические предпосылки развития молодежного туризма в России

Эволюция молодежных путешествий представляет собой достаточно длинный путь постоянных трансформаций, начавшийся задолго до появления туризма как социально-экономического явления, продолжившийся в Российской Империи и Советском Союзе и, наконец, формирующийся в современных экономических условиях Российской Федерации. Множество компонентов молодежного туризма претерпели существенные изменения вследствие развития как всего российского государства и общества в целом, так и туристской отрасли в частности. Ввиду невозможности рассмотрения всех изменений, ограничимся изучением таких элементов, как:

- направление потока молодых туристов;
- цели путешествия молодых людей;
- источники финансирования поездок молодых людей;
- предоставление льгот молодым путешественникам;
- методы государственного регулирования.

Первые перемещения молодых людей по стране и за ее пределы, знакомство с культурой и обычаями других городов и держав связаны очень во многом с необходимостью получения ими новых знаний – как в точных науках, так и общих сведений о быте, языках, народностях, в основном для того, чтобы после приносить пользу на службе у государства.

Подтверждение этому можно найти еще в источниках XII века, которые описывают, как дети покидали родителей и отправлялись на учебу в другие деревни, селения, города к опытному ремесленнику осваивать какое-либо мастерство или искусство, а это ни много ни мало зафиксировано в источниках XII века [19-21, 133]. В XVI веке произошло получение русским человеком первого документально зафиксированного зарубежного образования – первопечатником Иваном Федоровым степени бакалавра в Краковском

университете в возрасте, ориентировочно, 22 года [56, 77, 87]. Согласно отрывкам из «Сказаний князя Курбского», в период правления Ивана Грозного, когда в иноземную далекую Европу, бывшую «на большом подозрении, как источник всякой ереси» [139, с. 6], отправили некоего юношу постигать науки и получать «тамо навык добре Алеманскому языку и писанию» [139, с. 141], чего ранее, по сохранившимся сведениям, не делали.

Чуть более в позднее время, а именно в начале XVII века, причиной поездки в Европу стала необходимость иметь при дворе всесторонне образованных, осведомленных о Европе молодых людей, а потому он отправил 18 человек учиться в три европейские страны – Францию, Германию и Англию [8]. Стоит отметить, что такие случаи не зря относятся к исключительным – в те времена поездки за рубеж не одобрялись ни церковью, ни государством. Получение образования считалось одним из немногих веских поводов.

Этому периоду свойственен исключительно административный характер воздействий государства на перемещения молодых людей, который проявлялся в устных и реже письменных приказах (различной формы и содержания), инструкциях и правилах. Зарубежные поездки полностью финансировало государство и одобряло их только для своих нужд.

Все изменилось после жесткой петровской ломки привычных устоев. В.О. Ключевский пишет, что «при Петре <...> главным путём к образованию служила заграничная посылка русских дворян массами для обучения» [60, с. 164]. Первый император России выделял средства для образовательных поездок в Европу детям бедных и разорившихся дворян, образование оставалось первостепенной задачей (правда, этих денег не всегда хватало, и студенты вынуждены были искать способы заработка, а не познавать науки) [138]. Известно, что при Петре I только в немецкие университеты выехало учиться 54 человека, среди которых можно выделить Александра и Ивана Головкиных, Лаврентия Блюментрост, Ивана Аверкиева, Тимофея Фомина, Аполлона и Платона Мусина-Пушкина, Владимира и Сергея Долгорукова [4, с. 123-125]. Многие, как и раньше, отправлялись за границу по личному указу императора. Однако, если в допетровскую эпоху

большинство заграничных поездок носило исключительно образовательный характер, то постепенно они стали принимать еще и развлекательный, лечебно-оздоровительный, познавательный характер и, что принципиально важно, с середины XVIII столетия – добровольный.

В дворянском сословии сформировалось убеждение, что получение молодым человеком образования за границей – это неотъемлемый элемент воспитания, тогда как для самих молодых людей поездки в Европу стали поводом для щегольства и бахвальства в кругу своих знатных друзей. В качестве примера можно привести 17-летнего А.Р. Воронцова, который в 1758 году для своего удовольствия отправился в путешествие по Европе и стал «своим человеком за границей» [4, с. 11].

В целом, тенденцию к поездкам в другие страны в XVIII веке можно увидеть на примере Германии, в университеты которой отправлялись учиться многие молодые люди того времени. Среди популярных университетов можно выделить Геттингенский, Лейденский, Лейпцигский и Страсбургский. Данные по числу российских студентов в четырех университетах Германии сгруппированы по годам и представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Количество русских студентов, обучающихся в университетах Германии во второй половине XVIII века

Годы	Гёттинген	Лейден	Лейпциг	Страсбург	Всего
1760 – 1764	5	14	1	8	28
1765 – 1769	17	10	19	14	60
1770 – 1774	9	15	13	11	48
1775 – 1779	8	12	3	20	43
1780 – 1784	20	6	7	15	48
1785 - 1789	15	6	8	10	39
1790 – 1794	7	0	4	2	13
1795 – 1799	4	0	2	0	6
1760-1799	85	63	57	80	279

Источник: разработана автором на основе [4, с. 244]

Как можно видеть из таблицы 1.4, в период с 1760 по 1799 годы из России в самые престижные университеты Германии выехало учиться в общей сложности

279 молодых человека. Причем отметим, что, если в период с 1765 по 1767 годы 61 студент уехал учиться в другую страну (не только одну Германию) исключительно за счет государства, то в период с 1779 по 1781 годы в университеты Германии были зачислены 51 студент, из которых только пять полностью находились на содержании государства [4]. К концу XVIII века очень многие молодые люди и их семьи были готовы вкладывать собственные средства в зарубежное образование.

Именно на эту эпоху приходится документально зафиксированное первое в истории России упоминание об организованном путешествии, которое многими учеными признается именно туристской поездкой, поскольку, во-первых, обладает всеми признаками современного понятия туризма, а во-вторых, закладывает начало целой череде последующих аналогичных организованных поездок [11, 14, 38, 40].

Вениамин Христианович Генш, владевший московским пансионом и посвятивший всю свою жизнь обучению и воспитанию молодого поколения, в декабре 1777 года опубликовал на страницах газеты «Московские ведомости» собственноручно разработанный план путешествия по Европе, согласно которому всем заинтересованным молодым дворянам предлагалось под его руководством посетить с ознакомительными целями Туринский, Геттингенский, Лейпцигский и Страсбургский университеты, а кроме того, изучить самое разное искусство и фабричное дело посещаемых ими стран. По мнению Вениамина Генша, молодым людям для всестороннего воспитания недостаточно точных знаний, необходимо «приучать и склонять сердца их к добродетели», а способствовать этому может «обращение в свете и полезные путешествия». В плане он указывает: «...то, что в чужих краях достопамятного и примечания достойного усмотрят, в отечестве своем с пользою употребляли» [31, с. 2-3].

То есть, Вениамин Генш усматривал в путешествиях хороший способ социализации молодых людей: они не только получали новые знания как общего, так и специализированного характера, но и развивали в себе положительные стороны своей личности.

Такая позиция поддерживалась многими педагогами и просветителями конца XVIII века. Вот только организация далеких путешествий была экзотическим предприятием, позволить себе которую могли лишь некоторые дворянские семьи, купцы, да какая-то часть интеллигенции. Специализированных «контор по путешествиям» не существовало, а мероприятия, подобные тому, что устроил В. Генш, встречались редко. Именно потому конец XVIII-начало XIX века характеризуется не бурными заморскими странствиями, а лишь формированием взглядов у молодого поколения на привлекательность путешествий. Именно в этот период со школьных лет в юношах и девушках, стараниями опытных педагогов, закладываются зерна любви к необъятным красотам Родины и удивительным чудесам Европы, передающиеся из поколения в поколение и давшие всходы уже в середине XIX века в виде многочисленных туристических и экскурсионных обществ. А способствовали этому обычные школьные и студенческие экскурсии.

Призыв Николая Ивановича Новикова, известного в основном как издателя журнала «Трутень», но еще и борца за эффективное образование в стране, гласивший, что не следует заставлять детей учить из книг то, что «они сами могут видеть, слышать и чувствовать» [91, с. 458], стал лозунгом в образовательных методологических реформах конца XVIII века. Идея получения практических знаний и навыков, поддерживаемая и академиком Ф.И. Янкович де Мириево, и биологом В.Ф. Зуевым, да и философом А.Н. Радищевым нашла отражение в законодательно оформленном «Уставе народных училищ» (1786 год) [124], а позднее и в «Школьном уставе» (1804 год) [125], где одной из форм занятий признавались экскурсии на природу и мануфактуры.

Таким образом, XVIII век и первая половина XIX века характеризуются уже не исключительно выездной направленностью путешествий молодых людей, появляются первые попытки внутреннего туризма, правда, пока не поддерживаемые государством. Образовательная цель поездок дополняется культурно-познавательной. Административные методы регулирования обретают формальные очертания в виде конкретных нормативно-правовых актов, однако к

ним добавляются первые экономические методы, заключающиеся в прямой финансовой поддержке государством молодых туристов, выезжающих за границу в образовательных целях.

Все описанные процессы необратимо вели к тому, что во второй половине XIX века попытки обобщить пока еще малочисленный туристический опыт привели к появлению обществ, объединяющих всех любителей путешествовать. Роль этих обществ огромна: они не просто организовывали туристические походы, но и составляли маршруты, выпускали брошюры, оборудовали места для ночлега. И именно они выступили реальной движущей силой молодежного туризма.

Одним из первых массовых молодежных походов можно считать покорение крымских гор и изучение местных достопримечательностей с помощью пеших прогулок в 1876 году организованной группой, состоящей из 25 студентов различных университетов России, под предводительством профессора геологии Н.А. Головкинского. Студенты смогли полюбоваться морскими и горными пейзажами Крыма, провести несколько ночей в палатках на высокогорных плато, побывать в Никитском ботаническом саду и познакомиться с историческими памятниками города Ялта. Не привыкшие к подобному, местные жители оказались «в замешательстве и панике, какие произвели мы на мирных обитателей Ялты» [168, с.16], как пишет один из участников этого путешествия.

Через 14 лет после этого события, в Одессе было учреждено общество под названием «Крымский горный клуб». Организаторами и основными членами клуба выступили опытные геологи, экскурсоводы и различные исследователи, которые занимались изучением гор. В почетные члены клуба входил сам великий князь Константин Константинович, княгиня Ольга Александровна и прочие члены императорской семьи. Одним из важнейших направлений деятельности общества выступала организация всех необходимых благоприятных условий для проведения экскурсионной и туристской деятельности в горах Крыма для студенчества и молодежи. В отчете о деятельности клуба за период от создания до 1914 года можно прочесть следующее: «Экскурсии Горного Клуба могут быть

подразделены на три главных категории: а) научного, б) образовательного, в) туристического характера». Здесь не только употребляется слово «туристический», но и ниже идет пояснение, что организуют их «для развития отечественного туризма». Образовательные стоят отдельно от туристических и направлены «главным образом, для учащихся – для ознакомления с достопримечательностями этих мест» [168, с. 15].

Согласно отчету о деятельности общества, начиная с 1890 года и заканчивая 1914 годом, «Крымским горным клубом» было организовано 156 различных экскурсий, причем: 20 – научных; 43 – образовательных и 93 – туристских. В общей сложности, во всех этих экскурсиях приняло участие 2 927 человек [168, с. 19]. Молодежные походы могли длиться в течение 40 дней, а основные туристские маршруты проходили по горам Крыма (мыс Айя, горы Ай-Петри, Аю-Даг) и Кавказу (Красная Поляна) [137].

Крайне важным обстоятельством является тот факт, что клуб не взимал платы со студентов и молодежи за организуемые экскурсии. Если изучить статьи прихода денежных сумм общества, то выясняется, что ученические экскурсии осуществлялись за счет пожертвований, осуществляемых самими членами клуба и другими меценатами. Размещение молодых туристов клуб бесплатно организовывал в школах Ялты, либо за крайне низкую плату в небольших гостиницах. Экипажи предоставлялись им также по заниженной цене – большую часть стоимости оплачивал клуб.

Результатом деятельности «Крымского горного клуба» стала огромная популяризация крымского направления для отдыха и путешествий у молодых людей со всей России. В каникулярное летнее время, в начале XX века Ялту стали посещать сотни организованных студентов с преподавателями, приезжали целыми учебными заведениями. Благодаря содействию клуба, бесплатно перевозился багаж, не бралась плата за посещение достопримечательностей. За всю свою работу, клуб получал «многочисленные лестные отзывы, которые давала признательная молодежь» [38, с. 31].

Немаловажный вклад в развитие молодежного туризма внесло и другое объединение – «Русское горное общество». Оно, в отличие от предыдущего клуба, не ставило целью организовывать студенческие экскурсии. Но именно благодаря этому обществу была усовершенствована туристская материально-техническая база, осуществлена подготовка специализированных кадров. Так, например, были построены несколько десятков горных хижин на сложных горных маршрутах, без которых неподготовленным туристам было бы сложно преодолеть весь путь. Первая и самая значимая из подобных хижин появилась у подножия горы Казбек. Внедрена подготовка опытных проводников, которым выдавалась специальная «проводническая книжка» и жетон (первую книжку заслужили два проводника из Кисловодска). Издавались и распространялись листовки и буклеты с советами и рекомендациями по организации походов и экскурсий; могли быть выданы индивидуальные подробные инструкции для определенной туристской группы по просьбе школьных преподавателей.

«Русское горное общество» популяризировало и сделало доступным для широких масс те экскурсионные маршруты, раньше использовавшиеся только профессионалами. Стоит ли говорить, что сделано это было за счет собственных средств: взносов членов, продажи брошюр и пожертвований.

Деятельность таких крупных обществ вдохновила более мелкие объединения самой различной направленности создавать в своей структуре специальный экскурсионный отдел. Например, подобные отделы появились при Тульском обществе взаимопомощи учащихся и учивших, Обществе распространения технических знаний, Харьковском обществе любителей природы, обществе «Молодая жизнь» и многих-многих других. В основном, они способствовали в организации экскурсий для обучающихся и молодых преподавателей.

Например, экскурсионная комиссия при ярославском обществе «Молодая жизнь», созданная в 1909 году, на добровольных началах размещала и проводила экскурсии учащимся училищ как из Ярославской губернии, так и других мест Российской империи. Учеников бесплатно расселяли в комнатах мужского или

женского Вознесенского училища, по проработанному «кольцевому» маршруту знакомили с Ярославлем и его знаковыми местами, кормили по крайне низким ценам. Сохранились многочисленные заявки из Ставрополя, Нижнего Новгорода, Череповца, Ессентуков с просьбой приехать на экскурсию [6].

Экскурсионная комиссия, учрежденная при учебном отделе «Общества распространения технических знаний» в 1908 году, организовала зарубежные туристские поездки 4 095 молодым людям. При этом, в отчете комиссии докладывается, что «2/3 из них раньше, без Учебного отдела, не могли попасть за границу» [109, с. 69]. Благодаря ежегодным отчетам этой организации, мы можем установить общую тенденцию к заграничным путешествиям в начале XX века. В таблице 1.5 собраны данные по количеству туристов на разных европейских маршрутах за 1909-1911 года.

Таблица 1.5 – Количество туристов, отправленных по различным маршрутам Обществом распространения технических знаний в 1909-1911 годах, чел.

Маршрут	1909 год	1910 год	1911 год	Всего
Италия	400	583	562	1545
Германия	340	253	225	818
Школьный тур по Германии	-	16	21	37
Швеция	-	-	100	100
Швейцария	150	353	278	781

Источник: разработана автором на основе [109]

Посещение европейских маршрутов, представленных в таблице 1.5, необходимо было оплачивать туристам самостоятельно (от 70 до 150 рублей с человека). Большую долю таких туристов составляли молодые педагоги, которые планировали получить наглядный опыт и передать его своим ученикам. Был предусмотрен специальный тур и для юношей, но, как мы видим из таблицы 1.5, спросом он не пользовался, в основном из-за высокой стоимости.

На рубеже XIX-XX века появляется льготирование молодежного туризма частными организациями. Крымский горный клуб заключил договор с

крупнейшей в Российской Империи пароходной компанией «Русское Общество Пароходства и Торговли» о предоставлении 50% скидки на билет для студентов и молодежи. Скидка в таком же размере предоставлялась компанией «Добровольный флот». «Русское Дунайское пароходство» обеспечивало скидку в 25% на билеты I класса [168]. Члены Русского горного общества имели право воспользоваться скидкой в размере 50%, если путешествовали с помощью Русского Общества Пароходства и Торговли или компании «Кавказ и Меркурий» [38].

Государство, в свою очередь, в рассматриваемый период выпустило всего два нормативно-правовых акта, косвенно связанных с развитием молодежного туризма. Первый из них представляет собой циркуляр министра народного просвещения от 02.08.1900 года, в котором говорилось об отмене обязательных каникулярных работ в летнее время для школьников и студентов и организации экскурсий и поездок в другие города [45]. Вторым исходил от Министерства путей сообщения, которое в 1902 году ввело специальный тариф для тех учащихся, которые отправлялись в туристские поездки [13]. Известно, что периодически государство оказывало локальную поддержку молодежному туризму. Например, экскурсионная комиссия Общества распространения технических знаний ходатайствовала о помощи государства в заграничных поездках, в результате чего Министерство внутренних дел дало согласие на выдачу участникам поездок коллективного паспорта. Тем не менее, вся государственная политика в отношении молодежного туризма носила точечный, бессистемный характер.

В целом, можно говорить о первых результативных попытках преодоления ряда проблем в секторе молодежного туризма: полного отсутствия и асимметрии информации, отсутствия организованных молодежных туров, полного отсутствия инфраструктуры, отсутствия всяческой экономической поддержки молодежи.

В таблице 1.6 обобщим и представим методы воздействия на развитие молодежного туризма в России в начале XX века.

Таблица 1.6 – Методы воздействия на развитие молодежного туризма в Российской Империи в начале XX века

Уровень управления	Институциональные методы	Организационные методы	Экономические методы
Государственный	отсутствуют	- отмена каникулярных работ и поощрение молодежных поездок; - помощь в получении документов на выезд	- предоставление скидок на ж/д транспорт молодежи в целях осуществления туристских поездок
Местный	- информирование молодежи о туристских поездках; - создание системы связи между общественными объединениями, частными компаниями и образовательными учреждениями	- создание общественных туристских объединений; - планирование и организация молодежных туров; - подготовка профессиональных экскурсоводов	- предоставление скидок частными компаниями на проезд, проживание, питание, экскурсии студентам; - финансирование студенческих образовательных поездок местными властями.

Источник: разработана автором

Из представленных в таблице 1.6 сведений можно заключить, что в начале XX века развитие молодежного туризма осуществлялось, в основном, на местном уровне при участии некоммерческих организаций и частных компаний. На рисунке 1.4 пошагово проиллюстрирован процесс организации студенческого тура с указанием используемых методов и субъектов управления.

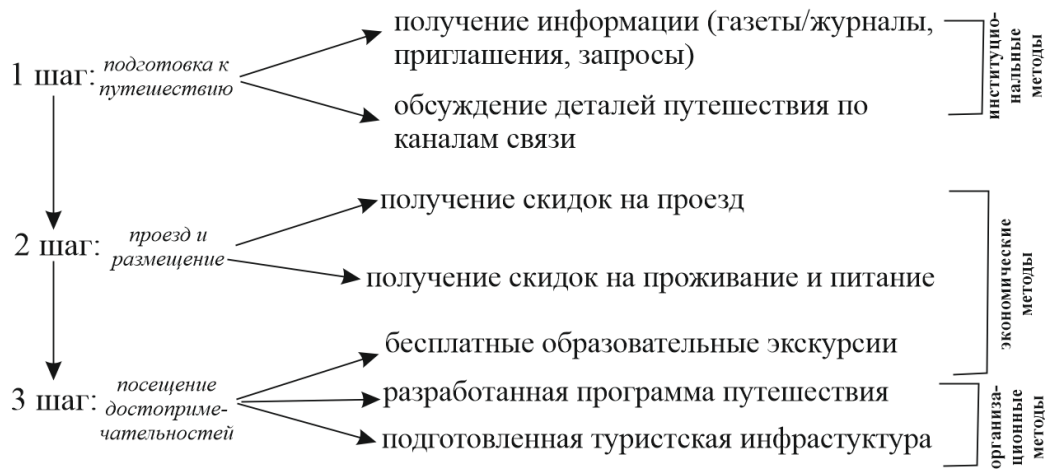


Рисунок 1.4 – Процесс организации молодежного туризма в начале XX века

Источник: разработан автором

В целом, в дореволюционный период развитие молодежного туризма в России оказалось тесно связано с образовательной и культурно-познавательной составляющей: сперва молодых людей посылали учиться за границу, затем они решили добровольно постигать науки за рубежом, через какое-то время были организованы первые массовые выезды молодых людей в Европу с целью знакомства с культурой и обычаями других народов и государств, и, наконец, все пришло к массовому развитию внутреннего туризма как способа воспитания школьников и студентов. Неформальные административные методы регулирования сменились преимущественно формальными, а затем частично экономическими.

После свержения императорского режима, советская власть последовательно проводила политику, направленную на всестороннее и комплексное развитие молодежного туризма в стране. Именно в годы существования СССР наша страна получила мощную стабильно функционирующую сеть молодежных туристских организаций и большой опыт в предоставлении молодежных поездок.

Первостепенной задачей молодого СССР было формирование институциональных основ развития всех отраслей и секторов экономики. Первые 15 лет государство активно выпускало нормативно-правовые акты, создавало новые институциональные единицы и обеспечивало взаимосвязи между ними, проводило серьезную информационную и агитационную политику.

Все началось с создания в 1918 году Бюро школьных экскурсий, которое осуществляло свою работу при Наркомате просвещения. Несмотря на слово «школьный» в своем названии, первое время в его функции входило и обеспечение посещений других городов в образовательных целях студентов всех курсов [39]. Чуть позже, а именно в начале 1920-ых годов, был организован Институт методов внешкольной работы, в ведение которого входили вопросы разработки методики проведения многодневных туристских походов для учеников старших классов, студентов и их преподавателей [122]. В это же время были созданы экскурсионные станции для посещения в образовательных целях

школьниками и студентами. Так, в мае 1919 года основана Лахтинская экскурсионная станция под руководством профессора П.В. Виттенбурга; с 1920 года в границах Аничковой усадьбы открыта Центральная станция гуманитарных экскурсий под руководством художницы П.В. Ильиной-Ковальской [122].

В начале 1920-ых годов была развернута масштабная агитационная компания по привлечению в ряды «Российского общества туристов» молодых людей со свежими идеями и взглядами. В 1927 года состоялось совещание молодых участников, на котором было принято решение «омолодить» руководящее звено общества и избрать стратегию развития молодежного туризма в стране. В течение нескольких лет, учтя положительный и негативный опыт работы, общество было реорганизовано (объединено с другими) и получило название «Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий» (ОПТЭ). Среди основных задач общества можно выделить развитие молодежного туристского потока, сочетание воспитательной и идейной работы с организацией культурной деятельности, нравственное и физическое развитие личности молодых людей [4].

Очень важно, что общество активно взаимодействовало с учреждениями, промышленными предприятиями, колхозами и совхозами, клубами и читальными залами, имело свои отделения во всех регионах страны. Разрабатывались туристские маршруты: пешеходные, водные, велосипедные, смешанные; издавалась методическая литература. В целом, деятельность общества характеризовалась тесной связью с молодыми людьми со всей страны.

Во многом благодаря деятельности этой организации, стремительно росло число молодых туристов внутри страны. Если в 1929 году их насчитывалось 13 000 человек, то в 1930 году – свыше 661 000 человек, а в 1932 году – 10,4 млн. человек! [151]

Нельзя не сказать про формирование туризма в Рабоче-крестьянской Красной Армии (РККА). Курсанты военных школ и училищ с младших курсов отправлялись в многодневные походы в другие регионы страны. Например, курсанты Тифлисской пехотной школы в 1927 году организованно поднялись на

Казбек, а через год покорили Эльбрус. Вообще, к 1930 году половина всех домов Красной Армии открыли военно-туристские бюро.

В 1927 году Советом труда и обороны СССР принято постановление, в котором прописывалась необходимость поддерживать и развивать туризм в целом и молодежный туризм в частности. Очень знаменательным для развития молодежного туризма стал 1932 год, объявленный годом массовых исследовательских походов по стране. Советы ОПТЭ отправляли группы студентов, молодых людей с заданиями на поиски полезных ископаемых, разведку территорий, прокладку маршрутов.

Важно отметить, что в эти годы уделялось внимание и теории развития туристского дела. В Москве появились Центральный экскурсионно-музейный институт и туристско-экскурсионный техникум, в Ленинграде – специальный научно-исследовательский институт. Важными программами изучения отдельно преподавались школьный и студенческий туризм. Были разработаны нормативы допустимой нагрузки в походах для молодых путешественников [129].

Таким образом, с 1917 по 1935 годы в СССР происходило формирование институциональных основ развития молодежного туризма. Тем не менее, отсутствие необходимой материально-технической базы, достаточно низкий научно-методический уровень обеспечения туристских мероприятий выступили в качестве тормоза в развитии молодежного туризма. Поэтому следующий период связан с организационным обеспечением развития молодежного туризма.

Начиная с 1935 года, система управления молодежным туризмом в СССР была полностью пересмотрена. Историк туризма Ю.С. Путрик утверждает, что «именно с передачей организации туризма в ведение профсоюзов началось фактическое формирование материально-технической базы отечественного туризма [129, с. 194]. Ведь профсоюзы стали поднимать и коллективно решать такие вопросы, как строительство специализированной инфраструктуры для обеспечения безопасности молодых людей в многодневных походах, организация горячего питания в базах отдыха, обеспечение транспортной доступности (закупка транспорта), организация культурно-массового досуга молодежи. Здесь

стоит подчеркнуть, что профсоюзы особое внимание уделяли туризму именно среди молодых людей [39].

Сменился и вектор развития молодежного туризма. Молодежный туризм стал рассматриваться как элемент спортивного движения, как часть физической подготовки молодых людей. ОПТЭ как непрофессиональная организация была упразднена, практически все полномочия по развитию молодежного туризма были переданы Всесоюзному комитету по делам физической культуры и спорта, что, в определенной степени, снизило общий потенциал этого сектора туризма. При всех общественных и образовательных организациях было рекомендовано создавать секции по туризму как способ физического воспитания молодежи. Для еще более тесного слияния спорта и туризма были внедрены инструкторские звания для спортсменов-туристов (в первый год более половины получивших такие звания были люди до 30 лет). А в качестве стимулирующей меры в 1940 году был утвержден значок «Турист СССР» [17].

В 1937 году в Ростове-на-Дону открылся первый в СССР туристский клуб. Как писала газета «На суше и на море», «открытие клуба было восторженно встречено всем туристским активом» [153, с. 2], большая половина состава которого была представлена именно молодыми людьми: студентами, выпускниками, молодыми преподавателями. Клуб составлял туристские маршруты, агитировал студентов со всей Ростовской области присоединяться к путешествиям.

К 1940-ому году обрели популярность Всесоюзные экспедиции по маршрутам боевой славы Гражданской войны. С помощью них было решено воспитывать в молодом поколении патриотические чувства к Родине [151]. Были организованы специальные базы приема молодых туристов, разработаны короткие познавательные лекции.

Вообще, к началу Великой Отечественной войны туристские базы принимали в год до 200 000 туристов, самодеятельных туристов насчитывалось до 3 миллионов человек [151].

Послевоенные годы характеризуются дальнейшим совершенствованием управления молодежного туризма. Основы этому заложило постановление Президиума ВЦСПС от 1950 года «Об улучшении работы профсоюзных организаций по развитию массового туризма», согласно которому необходимо вовлекать студенчество и всех трудящихся в туристские походы. Организационная система трансформировалась с целью вовлечения как можно большего числа молодых людей в туризм.

На всех уровнях управления были созданы советы по туризму, которые тесно взаимодействовали с местными туристскими клубами. Их возглавлял Центральный совет по туризму. Туристские клубы, которые к 1965 году были практически в каждом крупном городе, объединял в единую сеть Центральный клуб туристов. По инициативе молодых людей, ориентирование на местности, бывшее частью туризма, было выведено в спортивную дисциплину. Можно считать, что туризм для молодых людей стал неотъемлемой частью их школьной и студенческой жизни. К концу 1960-ых годов, Центральному совету по туризму принадлежали 82 туристских теплохода, а по стране курсировали 240 туристских железнодорожных составов. Около 70% всех туров предназначались для молодежи. В 1965 году туристские организации приняли 1 700 000 туристов! [151]

Как указывает историк туризма Ю.С. Путрик, за период с 1971 по 1975 годы в туризм «было вложено почти в 2 раза больше средств, чем за весь предыдущий послевоенный период» [129, с. 196]. Главная цель, которая преследовалась в этот период – это превратить туризм в одну из главных отраслей сферы услуг [106]. Молодежный туризм составлял весомую долю от всего туризма страны, а именно практически 40% от числа всех туристов составляли именно молодые люди [151].

К 1975 году на территории СССР функционировали около 140 советов по туризму, работали 575 бюро путешествий, туристов принимали 943 турбазы [151]. Финансировалось как благоустройство действующих туристских объектов, так и выделялись средства на строительство новых молодежных средств размещения: баз отдыха, кемпингов, палаточных лагерей. Например, к 1980 году введены в

эксплуатацию Центральный дом туриста и такие туристские комплексы, как «Измайлово» и «Салют» в Москве. Появляется разветвленная сеть республиканских, окружных, областных станций юных туристов. Образовательный туризм и краеведение получают статус одного из важнейших направлений педагогического воздействия на воспитание молодого поколения. С 1975 года по 1985 год наблюдался активный рост количества внутренних туристических поездок. Происходило стремительное развитие активных видов отдыха. Профсоюзные органы открыли более 30 тысяч туристических клубов, множество пунктов проката специального инструмента и оборудования [17].

Тем не менее, согласно постановлению ЦК КПСС от 1980 года, государство планировало еще больше увеличивать объемы туристско-экскурсионного обслуживания.

В начале 1980-ых годов объём туристского потока увеличился почти в 4 раза. В 1985 году ЦСТЭ обслужила 38 миллионов человек. Продолжалось расширение сети туристских маршрутов. За 15 лет их количество увеличилось более чем в шесть раз. Значительно возрос общий объем услуг. В 1985 году рабочим и студентам было выделено более 2 миллиардов рублей, что в четыре раза больше, чем в 1970 году. К 1985 году в системе ЦСТЭ работало более 960 гостиниц, кемпингов и баз отдыха общей вместимостью около 400 000 человек. Туристская деятельность того периода была направлена на повышение социальной активности и культурного уровня за счет рациональной организации свободного времени, а также на укрепление здоровья и профилактику заболеваний среди молодежи [39].

Самой важной туристской организацией, занимавшейся вопросами развития молодежного туризма в эти годы, было, безусловно, «Бюро международного молодежного туризма «Спутник», появившееся в 1958 году, однако давнее поразительные результаты именно благодаря экономической поддержке государства после 1970-ых годов. «Спутник», как гласит юбилейное издание, посвященное деятельности организации, «всегда стремился показывать молодым людям природные красоты земли Российской» [162, с. 45], помогал «постигать

красоту и прелесть путешествий, походов, активного отдыха» [162, с. 56], открывал «большие возможности для широкого привлечения юношей и девушек к изучению истории нашего отечества, боевых и трудовых традиций народов России» [162, с. 58]. И действительно, «Спутник» первым в СССР разработал программы экологического образовательного туризма на озеро Байкал, проработал маршруты на Домбай и даже на Чукотку. Начиная с 1973 года, организуются экспедиции под лозунгом «Моя Родина – СССР»: за 10 лет по восьми тематическим маршрутам совершили путешествие около 50 миллионов молодых людей.

Однако, самое главное, что «Спутник» сумел разделить молодежь на группы и найти подходящую форму туризма для каждой из них: студенты-хорошисты и студенты-отличники, молодые преподаватели и молодые строители, молодые люди с инвалидностью и зарубежная молодежь и т.д.

За все время существования организации более 100 миллионов молодых людей бесплатно отправились в другие города и страны [162].

Далее, рассмотрим некоторые показатели деятельности «Спутника» в 1970-1993 годах (таблица 1.7).

Таблица 1.7 – Показатели производственно-финансовой деятельности БММТ «Спутник» за 1976-1986 гг.

Показатель	1976 г.	1980 г.	1986 г.
Направление за границу (тыс. чел.)	139,8	160,6	174,9
Прием иностранных туристов (тыс. чел.)	157,2	192,2	191,2
Прием в международных молодежных лагерях (тыс. чел.)	132,6	128,0	148,9
Направление в молодежные лагеря (тыс. чел.)	56,0	61,0	85,6
Объем услуг (млн. руб.)	167,2	232,3	287,7
Кол-во молодежных центров и лагерей (ед.)	19	20	20

Источник: разработана автором на основе [162]

Как видно из таблицы 1.7, за десять лет с 1976 года по 1986 год наблюдается рост практически всех показателей деятельности «Спутника». Увеличивается и прием иностранных туристов (на 21%), и направление за границу советской молодежи (на 25%), и прием в международных молодежных

лагерях (на 12%), а объем предоставляемых услуг возрос с 167,2 млн. руб. до 257,7 млн. руб. (на 53%).

На рисунке 1.5 проиллюстрировано число обслуживаемых туристов «Спутником» за 1970-1976 годы.

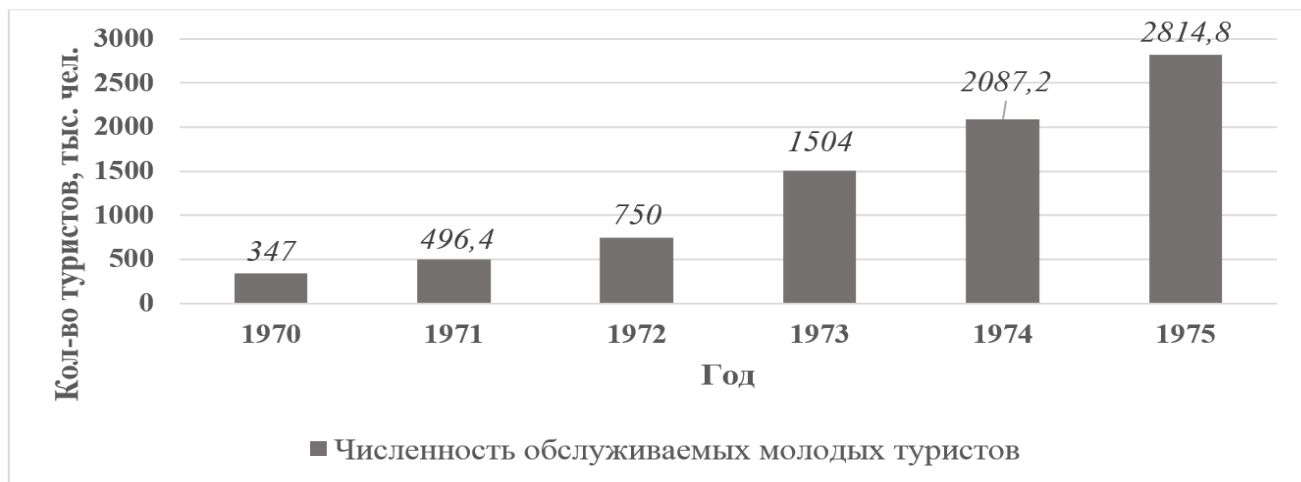


Рисунок 1.5 – Численность обслуживаемых туристов БММТ «Спутник» за 1970-1975 годы

Источник: разработан автором на основе [162]

Как можно видеть из рисунка 1.5, за 5 лет с 1970 года по 1975 год, число молодых туристов, обслуживаемых «Спутником» выросло более чем в 8 раз. Кроме того, если в 1976 году превышение доходов над расходами БММТ «Спутник» составляло 1,8 млн. рублей, то в 1986 году уже 18,5 млн. рублей. [162]

Проанализировав развитие молодежного туризма в ретроспективе, можно обозначить шесть этапов его развития, объединенных в три большие периода:

1. Дореволюционный период:

- первый этап – XVI-XVII век;
- второй этап – XVIII-конец XIX века;
- третий этап – конец XIX-начало XX века.

2. Советский период:

- четвертый этап – 1917-1935 годы;
- пятый этап – 1935-1991 годы;

3. Постсоветский период:

– шестой этап– 1991 - ... годы.

Результаты ретроспективного анализа развития молодежного туризма в России обобщим и представим в виде таблицы 1.8.

Таблица 1.8 – Периодизация развития молодежного туризма в России

Период	Этап	Вид мобильности		Финансирование	Льготы	Метод регулирования
		по направлению потока	по цели			
дореволюционный	XVI-XVII век	выездной	образовательный	государство	отсутствуют	административный (неформальный)
	XVIII - конец XIX век	преимущественно выездной	образовательный, познавательный	государство и собственные средства	частные компании	административный (формальный) с элементами экономических
	конец XIX-начало XX век	внутренний	образовательный, познавательный, патриотический, научный	преимущественно собственные средства; поддержка местных органов власти	государственные	экономические
советский	1917-1935 гг.	преимущественно внутренний	духовно-нравственный	общественные организации	государственные	преимущественно институциональный
	1935-1991 гг.	внутренний и выездной	духовно-нравственный, культурно-образовательный со спортивным уклоном	общественные организации	государственные	планово-организационный
постсоветский	1991 - ... гг.	преимущественно выездной	экономический	собственные средства	частично государственные	рыночный

Источник: разработано автором

В результате использования ретроспективного подхода к развитию молодежного туризма в России, мы пришли к следующим основным выводам:

– исходя из таких критериев, как: направление потока; цель путешествия; источник финансирования; источник льготирования; метод регулирования можно выделить шесть этапов развития молодежного туризма, объединенные в три большие периода (дореволюционный, советский и постсоветский);

– в дореволюционный период в России по мере перехода от феодализма к капитализму менялись приоритетные цели молодежного туризма и способы их достижения. На первом этапе развития молодежного туризма основной целью общество и государство рассматривало образовательную, используя при этом административные методы регулирования. На втором этапе возрастает роль общественных и предпринимательских институтов, соответственно наряду с культурно-образовательной ставятся экономические цели. На третьем этапе уменьшается роль административных и возрастает роль экономических методов воздействия;

– в советский период на первом этапе становления советской власти основной целью молодежного туризма являлась духовно-нравственная, направленная на воспитание патриотизма и военно-спортивную подготовку молодых людей. На втором этапе, наряду с духовно-нравственной ставится культурно-образовательная цель при практически полном игнорировании экономической роли туризма. Соответственно, развивается организационное обеспечение молодежного туризма, преобладают административные методы регулирования.

При формировании современной социально-экономической модели молодежного туризма в Российской Федерации необходимо учитывать изменение производственно-экономических отношений и опыт развитых зарубежных стран, что обуславливает исследование зарубежного опыта организационно-экономического обеспечения развития молодежного туризма.

1.3 Зарубежный опыт социально-экономического развития молодежного туризма

Формирование европейской организационно-экономической системы молодежного туризма связано именно с попытками организовать постоянные и массовые студенческие обмены. В 1972 году при поддержке Совета Европы начинает свою деятельность Европейский молодежный фонд (EYF), финансирующий первые образовательные программы. Активно распространяются некоммерческие фонды и общественные программы, такие как ротарианский молодежный обмен (Rotary Youth Exchange). С 1980-ых годов тема молодежной мобильности стала неразрывно связана с расширением возможностей в обучении и постоянно обсуждается кабинетом министров.

Сложность, с которой столкнулся Европейский союз, заключалась в том, что все обмены инициировались университетами и общественными организациями, которые нуждались в финансировании и поддержке, но полного представления о ситуации в сфере образовательной мобильности молодежи никто не имел. В организационных целях были созданы такие специальные программы финансирования, как «Erasmus» (1987 г.) и «Молодежь для Европы» (1988 г.). Бюджет последней с 1989 по 1999 годы составил свыше 244 млн. евро [82].

Начиная с 1990-ых годов, границы молодежной мобильности расширяются. Стало понятно, что путешествующая молодежь предпочитает совмещать различные виды самосовершенствования и отдыха. В 1996 году начинает работу Европейская волонтерская служба. Выходят в свет рекомендации «О мобильности молодежи» (1995 г.) и «О продвижении волонтерской службы» (1994 г.). В это же время популярность приобретают европейские молодежные карты, дающие комплексные скидки и льготы. Совет Европы курировал создание национальных молодежных проектов, тогда как на наднациональном уровне осуществлял контроль через Европейский молодежный фонд (EYF). Принятие Шенгенского

законодательства в целом упростило процедуру пересечения межгосударственных границ.

В нулевые годы были выпущены такие программные документы, как «Резолюция о плане действий по мобильности» (2000 г.), «Рекомендации для студентов, проходящих обучение» (2001 г.) и в конце концов все планы и стратегии были обобщены в так называемой Белой книге «Новый импульс для европейской молодежи» (2001 г.). Нормативная база создавалась гораздо быстрее, чем формировались компетентные органы. Связи между государствами оставались разорванными, межправительственные институты не созданными. В этой обстановке роль посредников взяли на себя молодежные организации. Создавались офисы и филиалы по всей Европе, призванные соединить усилия по формированию единой сети помощи мобильной молодежи.

Экономический кризис 2008 года показал, насколько поддержка молодежи может иметь положительный эффект. Специально созданный незадолго до этих событий Совет по мобильности молодежи на фоне кризиса выпустил несколько Рекомендаций (ноябрь 2008 г.) и Заключений (декабрь 2008 г.), а итогом стала Зеленая книга по мобильности обучения молодых людей (июль 2009 г.). Благодаря такой ориентации на мобильность молодежи туристская отрасль Европы начинала восстанавливаться благодаря образовательным, развлекательным и трудовым путешествиям молодых людей. Инициатива «Молодежь в движении» была признана одной из семи флагманских инициатив Стратегии «Европа 2020» [42]. Начиная с 2010 года, наблюдается стимулирование молодых людей к туризму во всех направлениях, каждое из которых сопровождается курированием определенного наднационального органа. Разрабатываются программы по выработке новых навыков и созданию рабочих мест для молодежи, по участию молодых людей в политической и общественной жизни всей Европы, по упрощенным процедурам обмена школьников и студентов [186].

Послевоенную историю развития молодежного туризма в Европе можно разделить на четыре этапа, характеристика которых представлена в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – Этапы развития послевоенного молодежного туризма в Европе

Номер этапа	Временные рамки, гг.	Цель туризма	Уровень поддержки	Используемый подход
Первый	1945-1970	трудовая	общественный	экономический
Второй	1971-1990	образовательная	частный	образовательный
Третий	1991-2010	образовательно-развлекательная	национальный	туристский
Четвертый	2011-...	комплексная	наднациональный	научный

Источник: разработана автором

Трансформацию взглядов на молодежный туризм в Европе можно вкратце охарактеризовать следующим образом. На первом этапе путешествия молодых людей связывали с восстановлением экономики и видели в молодежи лишь трудовой потенциал. На втором этапе активно поощряли молодежные образовательные поездки с целью формирования в стране интеллектуального и интеллигентного контингента [184]. Здесь молодежь выступает в роли «будущего нации» – интеллектуального потенциала. Третий этап связан с активным вовлечением молодежи в туристические поездки с целью получения дохода от туризма. Последний, четвертый этап, определяет молодежь как движущую силу туризма. На сегодняшний день центральное место занимает концепция «научного молодежного туризма».

Поскольку развитие молодежного туризма в Европе связано именно с образованием молодых людей, рассмотрим, каким образом на сегодняшний день мобильность европейского молодого поколения связана с учебой (таблица 1.10).

В 2017 году 11,6% выпускников высших учебных заведений Европейского Союза учились за границей частично или полностью [178]. Временный опыт обучения за границей носит названия «кредитной мобильности» (credit mobility) из-за так называемых «кредитов» – достижений студента во время учебного процесса, которые впоследствии могут быть засчитаны учебными заведениями других стран. Получение образования, располагающегося на более высокой ступени, в стране, отличной от той, где молодой человек получил свой нынешний диплом, называется «мобильностью степени» (degree mobility).

Таблица 1.10 – Показатели образовательной мобильности студентов Европейского Союза за 2019 год, %

Страна	Общая мобильность (total mobility)								«Кредитная мобильность» (credit mobility)								«Мобильность степени» (degree mobility)							
	Ур. 5*	Ур. 6	Ур. 7	Ур. 8	z	***	Ур. 5	Ур. 6	Ур. 7	Ур. 8	z	Ур. 5	Ур. 6	Ур. 7	Ур. 8	z	Ур. 5	Ур. 6	Ур. 7	Ур. 8	z			
Бельгия	-**	10,4	11,8	-	10,8		-	7,7	5,8	-	6,6	6,6	6,6	2,7	6,0	11,5	4,2	2,7	6,0	11,5	4,2	4,2		
Болгария	-	11,6	8,0	16,5	10,7		-	1,5	1,3	3,8	1,5	1,5	1,5	10,0	6,7	12,7	9,2	10,0	6,7	12,7	9,2	9,2		
Чехия	55,6	9,5	14,5	20,6	12,6		-	5,0	10,1	13,3	7,4	7,4	7,4	55,6	4,5	7,3	5,1	4,5	4,4	7,3	5,1	5,1		
Дания	3,4	11,3	14,1	27,2	11,3		2,8	10,0	10,9	20,5	9,5	9,5	9,5	0,7	3,3	6,7	1,8	1,3	3,3	6,7	1,8	1,8		
Германия	-	13,6	22,5	-	8,6		-	10,6	15,2	-	11,6	11,6	11,6	10,6	7,3	9,6	4,7	2,9	7,3	9,6	4,7	4,7		
Эстония	-	14,5	15,3	-	16,3		-	5,6	5,6	-	5,4	5,4	5,4	-	8,8	23,7	10,9	8,8	9,7	23,7	10,9	10,9		
Ирландия	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	3,8	11,0	6,0	6,0	3,6	11,0	21,4	6,0	6,0		
Испания	1,7	17,3	9,4	40,0	10,9		1,3	15,4	5,2	30,0	8,6	8,6	8,6	0,4	4,1	10,1	2,2	1,9	4,1	10,1	2,2	2,2		
Франция	5,7	14,5	31,6	20,9	18,3		4,4	10,0	27,8	8,5	14,8	14,8	14,8	1,2	3,8	12,4	3,4	4,5	3,8	12,4	3,4	3,4		
Нидерланды	11,7	26,4	26,3	-	26,4		4,7	25,0	19,8	-	23,0	23,0	23,0	7,0	6,5	-	3,3	1,4	6,5	-	-	3,3		
Кипр	17,0	56,3	20,8	63,1	35,9		0,5	4,5	0,3	2,9	2,1	2,1	2,1	16,4	20,4	60,2	33,8	16,4	20,4	60,2	33,8	33,8		
Литва	-	15,3	15,8	35,6	16,9		-	7,3	5,0	10,4	6,6	6,6	6,6	-	8,1	25,2	10,3	8,1	10,9	25,2	10,3	10,3		
Латвия	6,0	15,8	15,3	40,7	13,6		2,2	7,0	5,3	10,7	5,5	5,5	5,5	3,8	8,8	29,9	8,2	3,8	8,8	29,9	8,2	8,2		
Люксембург	-	96,5	88,1	84,3	88,1		-	21,5	0,3	3,4	12,2	12,2	12,2	14,3	87,8	75,9	75,9	14,3	87,8	80,9	75,9	75,9		
Венгрия	7,9	6,8	12,0	14,9	8,7		0,3	3,1	6,3	1,5	4,0	4,0	4,0	7,5	5,7	13,4	4,7	7,5	5,7	13,4	4,7	4,7		
Португалия	12,9	11,7	13,7	20,0	12,5		0,1	7,2	7,0	0,4	6,6	6,6	6,6	12,8	6,7	19,6	6,0	12,8	6,7	19,6	6,0	6,0		
Словакия	-	21,5	12,1	20,2	21,1		-	3,3	4,9	4,2	4,0	4,0	4,0	34,4	15,2	16,0	17,0	34,4	15,2	16,0	17,0	17,0		
Финляндия	-	16,6	24,4	8,7	19,1		-	13,2	18,7	2,5	14,7	14,7	14,7	-	3,3	6,2	4,4	-	3,3	5,7	6,2	4,4		
Швеция	3,6	15,4	20,9	15,7	15,6		0,3	11,3	14,8	5,6	10,8	10,8	10,8	3,3	4,1	10,2	4,9	3,3	4,1	10,2	4,9	4,9		

*уровень 5 – общее профессиональное образование;

уровень 6 – бакалавриат;

уровень 7 – магистратура;

уровень 8 – докторантура.

** данные отсутствуют

*** средневзвешенное значение

Источник: разработана автором на основе [175, 178, 189]

В среднем, в Европе 8% молодых людей были подвержены «кредитной мобильности», а 3,6% – «мобильности степени» [178]. В разных странах Европы демонстрируются разные комбинации «кредитной мобильности» и «мобильности степени», что отражает наличие различных схем финансирования и географических факторов. Такие страны, как Люксембург, Кипр, Нидерланды и Финляндия (в порядке убывания) имеют самую высокую долю уезжающих за границу выпускников с целью получения следующего уровня образования.

В Нидерландах и Финляндии процент студентов с «кредитной мобильностью» (22,6% и 15,2% соответственно) намного выше, чем процент студентов с «мобильностью степени» (2,3% и 3,8% соответственно). В Люксембурге, с другой стороны, с наибольшей силой распространена «мобильность степени» (73,6% всех выпускников), скорее всего, из-за образовательного туризма в соседние страны. Преобладание «мобильности степени» среди тех, кто получил общее профессиональное образование, наблюдается в таких странах, как Греция (79,2%), Словакия (27,4%) и Кипр (20,9%) [175].

Около половины представителей «кредитной мобильности» получили возможность отправиться в другую страну только благодаря программе «Erasmus+» или другим образовательным программам Европейского Союза. В семи странах, а именно Кипре, Греции, Румынии, Латвии, Мальте, Венгрии и Словении эта доля увеличивается до 95%.

В Европейском Союзе доля выпускников, выезжающих за границу, имеет тенденцию к возрастанию с увеличением уровня образования. Показатели мобильности составляют: 3,8% для общего профессионального образования, 7% для бакалавриата, 18% для магистратуры, до 27,8% для докторантуры [175].

Далее, рассмотрим организационные основы развития молодежного туризма в странах Европы и Европейском Союзе.

В наиболее общем смысле, Совет Европы продвигает ориентированную на возможности молодежную политику, которая призвана развивать потенциал молодых людей и вовлекать их в создание демократического, инклюзивного и

мирного общества, тем самым «делая молодых европейцев проводниками перемен» [35, 80].

Молодежная политика реализуется Советом Европы в рамках Главного управления демократией (Directorate General of Democracy) – органа, курирующего те сферы жизни человека и общества, которые, по мнению Кабинета Министров, имеют ключевое значение для устойчивости демократии и укрепления демократических способностей граждан Европы. Он, в свою очередь, подразделяется на четыре других органа в зависимости от направления деятельности. Место Департамента по делам молодежи в системе Совета Европы проиллюстрировано на рисунке 1.6.

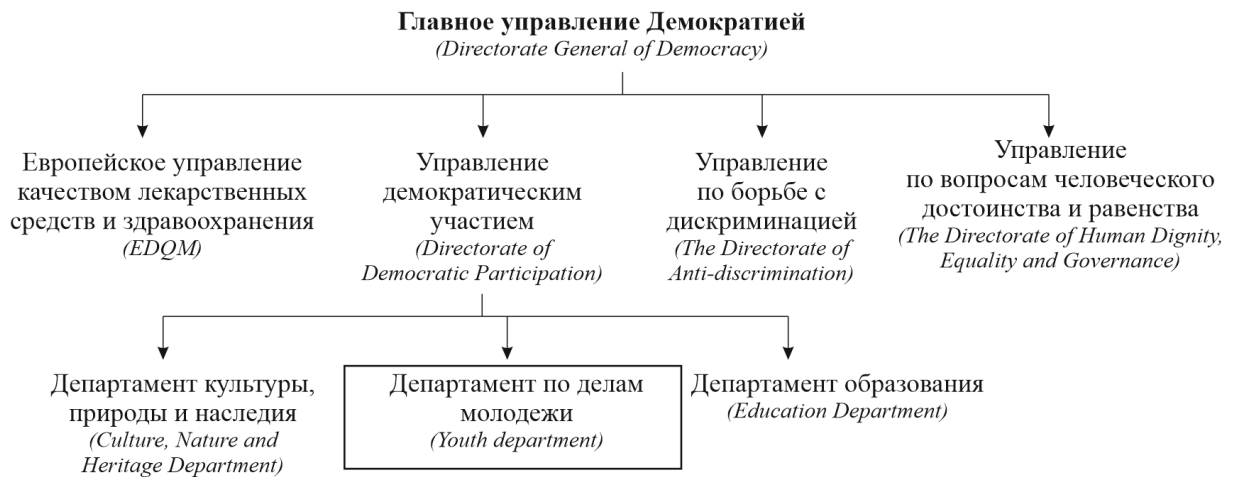


Рисунок 1.6 – Место Департамента по делам молодежи в Совете Европы

Источник: разработан автором на основе [104]

Департамент по делам молодежи призван обеспечивать финансовую и образовательную поддержку международной молодежной деятельности, разрабатывать руководящие принципы и правовые инструменты для последовательной и эффективной молодежной политики на общеевропейском, национальном и местном уровнях. Работа этого Департамента организована в соответствии с идеями научного молодежного туризма о взаимопроникновении и взаимовлиянии интересов государственных и общественных структур по принципу совместного управления и базируется на функционировании четырех структурных единиц: двух комитетов и двух советов.

Структура Департамента по делам молодежи представлена на рисунке 1.7.

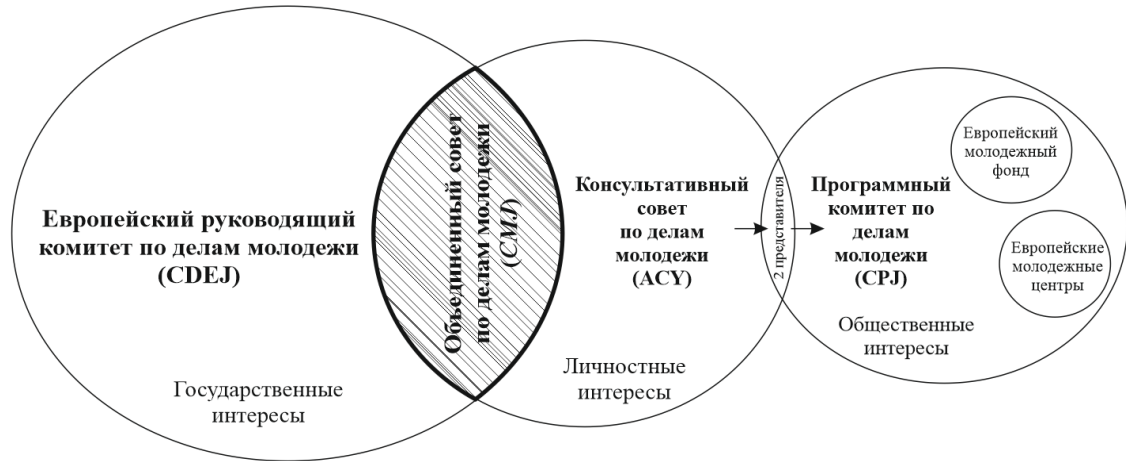


Рисунок 1.7 – Взаимодействие структурных элементов Департамента по делам молодежи Совета Европы

Источник: разработан автором на основе [35]

Можно говорить о том, что руководящий комитет преследует государственные интересы, консультативный совет – личные интересы молодежи, а программный комитет – общественные интересы. На последнем остановимся подробнее.

В 1972 году в качестве серьезного инструмента реализации молодежной политики был сформирован Европейский молодежный фонд (EYF). Годовой бюджет фонда состоит из обязательных взносов государств-членов и составляет более 3,7 млн. евро [43, 108]. С даты его основания, более 350 000 молодых людей в возрастной категории от 15 до 30 лет получили поддержку на развитие своих проектов, а ежегодно фонд поддерживает до 200 мероприятий на местном, национальном и международном уровнях. Важно отметить, что претендовать на поддержку могут только негосударственные молодежные организации [108].

В 2019 году 82 молодежные организации получили гранты на общую сумму 2 160 000 евро. Гранты выделяются на реализацию:

- годовых планов работы международных молодежных организаций;
- кратковременного сотрудничества молодежной организации с международным партнером;

– пилотной деятельности национальных и местных молодежных организаций;

– административной деятельности молодежной организации.

«Стратегия молодежного сектора до 2030 года» – наиболее значимый нормативный документ, разработанный и принятый Департаментом по делам молодежи Совета Европы [150].

В таблице 1.11 представлены приоритетные направления развития молодежного сектора, ожидаемые общие и конкретные результаты.

Как можно видеть из таблицы 1.11, приоритетные направления развития молодежной сферы затрагивают и вопросы развития молодежного туризма.

Молодежная стратегия Европейского Союза была принята 26 ноября 2018 года и заложила основы молодежной политики на 2019-2027 годы. Среди межсекторальных областей, которые влияют на жизнь молодых людей, обозначены такие, как образование, самосовершенствование через путешествия и общение. Стратегия предполагает развитие взаимоотношений молодых людей различных стран, усиление межличностного взаимодействия и взаимное проникновение молодежных культур. Негосударственные молодежные организации должны стать главной опорой молодых людей в процессе реализации ими своих интересов, потребностей и желаний, в том числе туристических [81].

С целью недопущения несогласованности в действиях по реализации положений Стратегии и возникновения обособленности мероприятий от интересов и потребностей молодежи была введена специальная должность молодежного координатора, который должен собирать воедино мнения всех сторон.

Европейская комиссия поддерживает работу платформы молодежной стратегии, в рамках которой организуются на регулярной основе специальные встречи представителей государств-членов, национальных агентств «Erasmus+» и Европейского корпуса солидарности, молодежных организаций, исследовательских центров и других заинтересованных сторон.

Таблица 1.11 – Приоритетные направления развития молодежного сектора до 2030 года

Приоритетные направления	Общие результаты	Результаты в сфере молодежного туризма
Возрождение плюралистической демократии	1. Повышение потенциала молодых людей в создании гражданского общества; 2. Повышение участия молодых людей в принятии управленческих решений;	1. Значительное усиление интеграционных процессов молодежных сообществ и взаимопроникновение культурных традиций; 2. Увеличение количества заграничных поездок молодых
	3. Устранение препятствий для утверждения активной гражданской позиции молодых европейцев; 4. Адаптация институциональных инструментов под новые модели участия молодежи в политической жизни и цифровизацию общества.	людей с целью участия в политическом управлении ЕС; 3. Разработка инструментов влияния на политический туризм.
Правовая защищенность	1. Нарастивание ресурсного потенциала молодежных организаций; 2. Совершенствование институционального реагирования на нарушение прав молодежи.	1. Всестороннее содействие общественных организаций в организации молодежных путешествий; 2. Правовая защищенность молодежи в путешествии.
Создание мирных инклюзивных обществ	1. Подготовка молодежи к контакту с инвалидами, беженцами, кочевыми народностями и т.д.; 2. Обеспечение равных возможностей для всех молодых людей; 3. Активизация молодежных движений, направленных на искоренение насилия и конфликта.	1. Готовность туристских регионов к принятию молодых людей с инвалидностью; 2. Развитие этнического и ностальгического видов туризма среди молодежи; 3. Усиление роли обмена культурным опытом среди молодежи.
Активная работа молодежных объединений	1. Включение работы молодежных объединений в общеевропейскую молодежную политику; 2. Повышение качества работы молодежных объединений.	1. Возможность обсуждения проблем молодежного туризма с национальными и наднациональными органами.

Источник: разработана автором на основе [150]

В рамках платформы в 2019 году было проведено 7 встреч с участием трехсот человек. Одна из встреч была посвящена вопросам развития туризма среди молодого поколения.

Наконец, еще одним инструментом реализации стратегии Европейской комиссией выступает экспертная группа, оценивающая степень соответствия

проводимых мероприятий поставленным целям. В соответствии с рабочим планом, на 2019-2021 год запланирована работа экспертной группы по индикаторам, в число которых входит количество молодых туристов и количество студентов по обмену.

На рисунке 1.8 показана система реализации Европейской Комиссией Молодежной Стратегии до 2027 года.

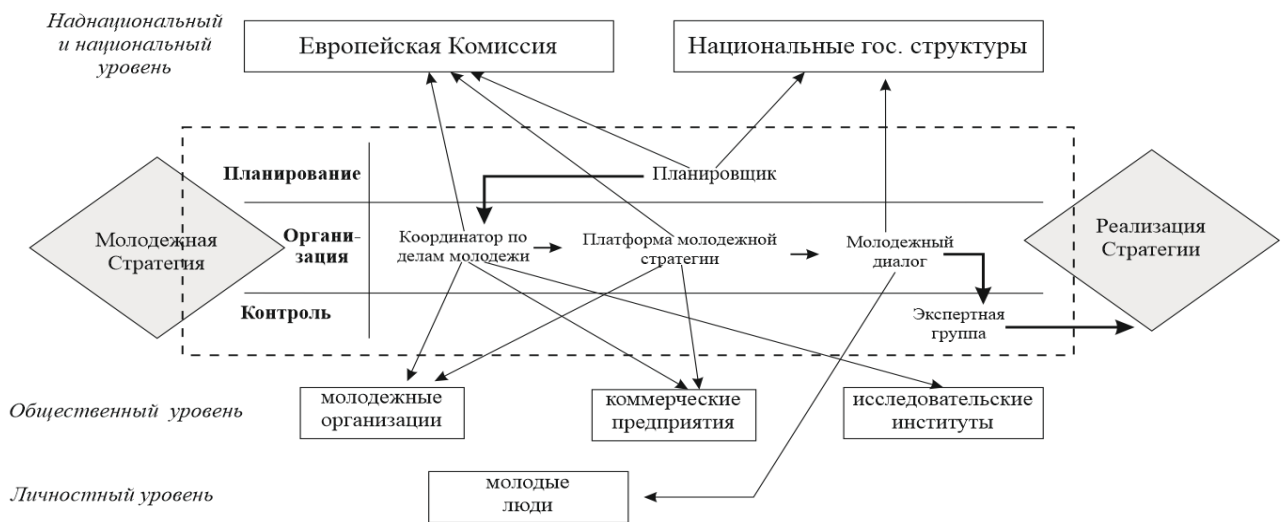


Рисунок 1.8 – Система реализации Европейской Комиссией Молодежной стратегии

Источник: разработан автором на основе [81]

Из рисунка 1.8 видно, что система реализации стратегии напоминает модель «черного ящика», когда на входе есть набор неких параметров, преобразующихся определенным образом и на выходе дающих программируемый результат. Только здесь «черный ящик» не является изолированной констелляцией – его элементы активно входят во взаимодействие с разноуровневыми элементами. Система реализации стратегии объединяет национальные, наднациональные, общественные и личные интересы.

Взаимосвязь между политикой Департамента образования и последствиями в молодежном туризме представлена на рисунке 1.9.

Из рисунка 1.9 видно, что причинно-следственная связь между проводимой политикой Департамента образования и положительными последствиями в сфере

молодежного туризма не является одноэлементной, то есть проявляется не сразу, а спустя некоторое время.



Рисунок 1.9 – Взаимосвязь между политикой Департамента образования и последствиями в молодежном туризме

Источник: разработано автором на основе [128, 171, 173, 193,196]

Рассмотрим экономические основы развития молодежного туризма в Европе, которые, в общем и целом, формируют негосударственные структуры.

В Европейском Союзе функционирует большое количество различных организаций на некоммерческой основе, которые вносят свой вклад в развитие индустрии туризма с позиции популяризации и обустройства новых маршрутов, предоставлении скидок и льгот различным категориям путешественников, всестороннего информирования и обеспечения необходимым набором знаний. Рассмотрим три наиболее ключевых негосударственных структуры, имеющих наибольшее отношение к молодежному туризму.

Первая негосударственная структура – Европейская федерация ассоциаций молодежных хостелов (EUFED). В Европе на 2020 год функционирует 31 ассоциация молодежных хостелов [113]. Миссия федерации ассоциаций – развитие сотрудничества между национальными ассоциациями и создание сетей молодежных хостелов на основе общих ценностей молодых людей и экономической устойчивости. На самом деле, европейская ассоциация является локальным воплощением международной ассоциации, которая объединила сеть молодежных хостелов по всему миру.

Для того чтобы стать членом ассоциации молодежных хостелов, необходимо приобрести специальную членскую карту. Для молодых людей возраста до 26 лет ее стоимость составляет примерно 7 евро в зависимости от региона проживания. Для людей старше 26 лет цена может достигать до 30 евро. Видно, что в приоритете находятся именно молодые люди.

Членская карта имеет срок действия, равный одному году. Каждый год необходимо вносить членский взнос заново. Во многих европейских странах хостелы, входящие в такую ассоциацию, не позволяют останавливаться в них туристам без наличия членской карты. То есть, членская карта – обязательное условие проживания в такого типа хостелах, по крайней мере, в большинстве стран. Членская карта дает многочисленные преимущества, наполняемость которых имеет различия в зависимости от страны пребывания. В общем случае, она дает скидку не менее 10% на проживание в хостеле. В таблице 1.12 представлен пример некоторых скидок.

Как видно из таблицы 1.12, все скидки предоставляются на востребованные молодыми путешественниками товары и услуги. Кроме того, во многих странах, например, Швейцарии, членская карта дает скидки на билеты в музеи, театры, парки и другие культурные достопримечательности. Сами же молодежные хостелы представляют собой специализированные места проживания для молодых людей, приспособленные удовлетворить любые потребности молодых туристов [18]. В них есть компьютеры, дополнительные источники зарядки электронных устройств, а дизайн привлекает разнообразием.

Таблица 1.12 – Скидки и льготы по членской карте ассоциации молодежных хостелов

Испания	%	Ирландия	%	Швейцария	%
Путешествие на пароме «Trasmediterranea»	50	Приложение для отправки фотографий «MyPostcard»	25	Прокат горнолыжного оборудования «Tranca»	10
Авиакомпания «Air Europa»	7	Магазин снаряжения «Clever Travel Companion»	25	Прокат велосипедов «Rent a bike»	10
Прокат автомобилей «Avis»	15	Цифровой гид «GetYourGuide»	10	Языковые курсы «Linguista»	10
Приключенческие туристические туры «Howlanders»	6	Страхование путешествий «World Nomads»	5	Страхование «CSS»	10
Курсы испанского языка «Spanish Break»	10	Аренда автомобилей «Hertz»	10	Развлекательные шоу «MAAG»	20

Источник: разработана автором на основе [113]

Вторая негосударственная структура – Европейская ассоциация туроператоров (ЕТОА), которая управляется сообществом из более 1 100 организаций, состоящих как из мировых брендов, так и из малых предприятий и промышленных партнеров. Организация лоббирует свои интересы в правительственных органах, участвует в реализации частно-государственных проектов, организует собственные программы на местном уровне.

Третья негосударственная структура – Ротарианский молодежный клуб или «Ротари» (Rotary). Одним из важнейших направлений деятельности «Ротари» является организация и финансирование студенческих обменов более чем в 100 странах для людей возраста 15-19 лет. Обмены могут быть долгосрочными (полный учебный год) и краткосрочными (от нескольких недель до нескольких месяцев). Клуб берет на себя полную оплату проживания, питания и любых школьных или студенческих сборов, а молодым людям самостоятельно остается оплатить авиабилеты в обе стороны, страхование, проездные документы (например, визу) и все дополнительные расходы на развлечения. Компенсируется до 90% расходов на посещение культурно-познавательных объектов, таких как музеи, театры, картинные галереи и пр. При этом посещение подобных заведений нередко носит соревновательный характер: студент, посетивший больше

культурных достопримечательностей, получает от организации специальный бонус.

На рисунке 1.10 представлены данные по числу обменов в разных регионах мира.

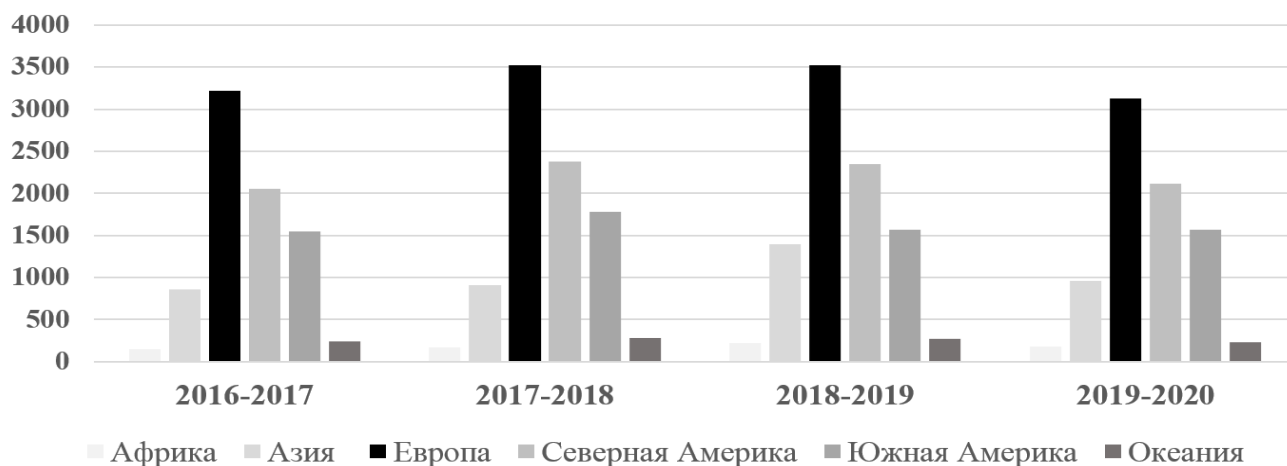


Рисунок 1.10– Количество молодежных обменов по программе «Ротари» в разных регионах мира за 2016-2020 годы

Источник: разработан автором на основе [187]

Как видно из рисунка 1.11, наибольшая доля обменов приходится на Европу – 3 523 в 2018-2019 учебном году (38% от всех обменов по программе). В Европе располагается 1 718 молодежных клубов Ротари, что составляет практически треть от числа всех клубов в мире. В таблице 1.13 представлены данные по молодежным обменам по странам.

Из таблицы 1.13 видно, что первое место по числу обменов занимает США, однако подавляющее число других стран располагается в Европе.

Важное место в организации молодежного туризма занимает программа «Erasmus+». Во-первых, благодаря программе регулярно происходят студенческие обмены и стажировки. В зависимости от того, увеличивается или уменьшается стоимость жизни в принимающей студента стране, размер выделяемого финансирования будет различаться. Если стоимость жизни приблизительно равна, то размер гранта составит от 220 до 470 евро в месяц; если

стоимость жизни значительно выше, то – от 270 до 520 евро в месяц; а если ниже, то – от 170 до 420 евро в месяц.

Таблица 1.13 – Количество студенческих обменов по некоторым странам мира по программе «Ротари» за 2018-2019 и 2019-2020 учебные годы

Страна	2018-2019				2019-2020		
	Долгосрочные обмены, ед.	% от общего числа обменов	Краткосрочные обмены, ед.	% от общего числа обменов	Долгосрочные обмены, ед.	% от общего числа обменов	Краткосрочные обмены, ед.
США	1 176	17	344	12	1 112	19	264
Бразилия	693	11	118	4	672	11	114
Франция	552	8	255	9	489	8	210
Италия	253	4	236	8	233	4	346
Бельгия	212	3	35	1	208	3	21
Германия	179	3	78	3	н/д	н/д	н/д
Испания	128	2	141	5	120	2	64
Австрия	120	2	68	2	54	1	36
Финляндия	108	2	78	3	105	2	49
Польша	53	1	26	1	47	1	31
Россия	14	<1	27	1	23	<1	1

Источник: разработана автором на основе [187, 191]

В таблице 1.14 представлены показатели реализации программы «Erasmus+» в Европе в 2018-2020 гг.

Таблица 1.14 – Показатели реализации программы «Erasmus+» за 2018-2020 годы

Группы	Грантовая поддержка, млн. евро			Кол-во организаций, ед			Число участников, чел.		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Работники сферы школьного образования	81,2	112,2	107,1	8571	15473	16498	39501	54200	53177
Студенты и работники профессионального образования	374,2	459,5	449,7	24434	32882	34070	170303	192140	185572
Студенты и работники высших учебных заведений	813,9	922,2	932,2	4097	4197	4184	423628	449498	462377
Молодые люди	143,4	107,2	111,7	30121	25743	27185	164877	174673	178292

Источник: разработана автором на основе [116, 179]

Разработанная организационно-экономическая модель молодежного туризма в Европейском Союзе представлена на рисунке 1.11.

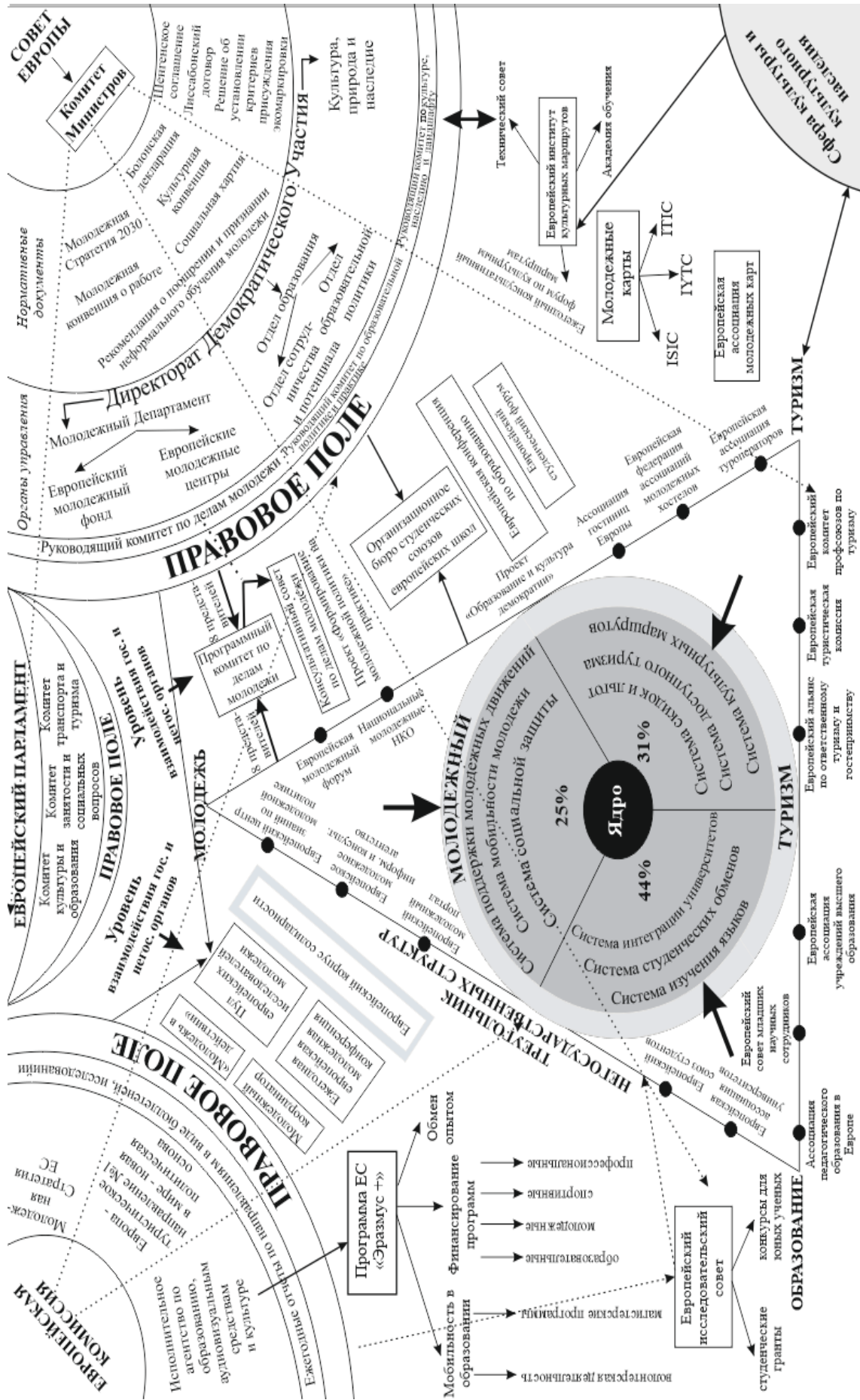


Рисунок 1.11 – Организационно-экономическая модель молодежного туризма в Европейском Союзе

Источник:

разработан

автором

В результате исследования организационно-экономических аспектов обеспечения развития молодежного туризма в Европе выделим ряд организационно-экономических методов регулирования, характерных для молодежного туризма в Европейском Союзе. Методы и их сущность представлены в таблице 1.15.

Таблица 1.15 – Организационно-экономические методы регулирования молодежного туризма в Европе

Группа методов	Наименование метода	Сущность метода
Институциональные	Нормативно-принципный	Совместная разработка наднациональными органами системы фундаментальных принципов и дефиниционного единства, позволяющей всем структурным единицам при проведении политики в области молодежного туризма исходить из единых руководящих основ.
	Нормативно-регулятивный	Четкое и понятное изложение компетенций и круга обязанностей всех органов управления; подробное формулирование прав, обязанностей и ответственности негосударственных структур и общественных объединений в секторе молодежного туризма.
	Нормативно-рекомендательный	Принятие на основе данных проведенных исследований и результатах совместных обсуждений с экспертами всесторонних конкретных практических рекомендаций по ведению деятельности коммерческими и некоммерческими организациями, связанной с развитием молодежного туризма.
	Обновление и пересмотр правового регулирования	Постоянный мониторинг за актуальностью нормативных актов и эффективностью правового регулирования специальными органами, своевременная корректировка правового механизма путем дополнения или изменения текущего законодательства в сфере молодежного туризма.
Организационные	Создание и поддержка исследовательских центров	Для проведения социологических, экономических и иных исследований, которые в дальнейшем лягут в основу проводимой политики в секторе молодежного туризма, организуется создание и поддержка специальных исследовательских центров.
	Обеспечение функционирования экспертных советов	При каждом наднациональном и национальном органе, принимающем ключевые решения в секторе молодежного туризма, организуется работа специальных экспертных советов, которые состоят из специалистов различных областей и призваны способствовать научно обоснованному подходу в принятии политических решений.
	Обеспечение функционирования консультативных советов	При каждом наднациональном и национальном органе, принимающем ключевые решения в секторе молодежного туризма, организуется работа специальных консультативных советов, состоящих из представителей общественных объединений и некоммерческих организаций.

Продолжение таблицы 1.15

	Создание условий для участия молодых людей	Молодежная политика органов власти опирается на мнение молодых людей, которым оказывается всесторонняя поддержка для участия в управлении Европейским Союзом.
	Подготовка отчетов о деятельности	Каждый наднациональный и национальный орган открыто публикует отчет о проделанной работе за определенный период не реже 1 раза в год. Материал используется другими государственными структурами, а также негосударственными организациями для контроля и мониторинга деятельности.
	Подготовка исследований, прогнозов и программ	Регулярно по заказу органов власти исследовательские центры проводят опросы, мониторинг качества реализуемой стратегии, а также составляют прогнозы и рассчитывают эффективность программ, которые затем ложатся в основу проводимой политики в секторе молодежного туризма.
	Правовая и информационная поддержка	Оказание коммерческим и некоммерческим организациям информационной и правовой поддержки в виде семинаров, консультаций, выпуска специальных ознакомительных брошюр и создания интернет-сайтов помощи.
	Создание органов взаимодействия между государственными и общественными структурами	Для проведения эффективной политики в области развития молодежного туризма создаются специальные органы, которые призваны устанавливать диалог между государством и обществом, находят общие точки соприкосновения, оказывают помощь в выработке единой позиции и организации совместной работы.
Экономические	Финансирование программ и проектов	Наднациональные и национальные органы грамотно организуют систему финансирования программ и проектов, направленных на развитие молодежного туризма. Поощряется налоговыми льготами и иными преференциями создание общественных организаций, связанных с развитием молодежного туризма.
	Льготно-скидочный	Предоставление льгот и скидок молодым людям на проезд, проживание, питание и иные туристские услуги в виде специальных льготных систем: молодежных карт, кэшбеков.
	Ваучерный	Предоставление специальных частично оплаченных ваучеров, которые дают возможность бесплатно отправиться в тур.

Источник: разработана автором

Из таблицы 1.15 можно сделать вывод, что страны Европы используют комплексную систему методов воздействия на развитие молодежного туризма.

Таким образом, проанализировав зарубежный опыт организационно-экономического обеспечения развития молодежного туризма, можно сделать ряд основных выводов:

– на сегодняшний день основной разновидностью молодежного туризма в Европе выступает образовательный туризм, поддерживаемый наднациональной и

национальной политикой и финансируемый различными некоммерческими фондами. На втором месте по объемам поддержки находится культурно-познавательный туризм, поощряемый европейскими государствами путем внедрения и постоянного совершенствования льготно-скидочной системы для молодежи;

– в каждой стране сложилась своя система организационно-экономического обеспечения молодежного туризма с учетом уровня экономического развития и менталитета населения, однако в рамках европейского союза создана социально-экономическая модель, ориентированная на достижение наряду с экономическими культурно-образовательных целей, способствующими интеграции стран, входящих в Европейский Союз.

Выявленный опыт европейских стран с социально-ориентированной экономикой необходимо использовать при разработке мер по обеспечению развития молодежного туризма в России с учетом сложившихся в нашей стране рыночных отношений, федеральных, региональных и муниципальных особенностей управления.

Для этого необходимо исследовать организационно-экономическое обеспечение развития молодежного туризма в России в настоящее время, что будет сделано в следующей главе.

Глава 2 Анализ и оценка социально-экономических условий развития молодежного туризма

2.1 Анализ тенденций социально-экономического развития молодежного туризма в России

Молодежный туризм в современной России претерпел большие изменения не только по сравнению с СССР, но и за последние 30 лет. Экономический кризис 2008 года, открытие новых маршрутов и санкционная политика в связи с геополитическими изменениями 2014 года, Олимпийские игры в Сочи, а также эпидемия коронавирусной инфекции – все это наложило свой отпечаток на институциональное и организационно-экономическое обеспечение развития молодежного туризма. Для выявления существующих проблем, сравнения отечественных подходов с зарубежными и определения дальнейших тенденций необходимо рассмотреть исходные установки и текущие параметры сектора молодежного туризма в России.

На современном этапе развития туристской отрасли в Российской Федерации сектор молодежного туризма находится в развивающемся состоянии. Как верно было отмечено на Международном форуме «Молодежь в мире туризма» в 2016 году, государству предстоит сделать еще очень много, прежде чем молодежь станет активным участником туристского рынка [78].

Основным специализированным нормативно-правовым актом, регулирующим туристскую деятельность в России, является федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [96], принятый 24 ноября 1996 года и постоянно корректирующийся различными поправками. Данный закон формулирует основные определения и понятия, связанные с туризмом, в том числе и понятие детского туризма. Однако в данном законе нет

ни одного упоминания о молодежи как особой категории потребителей туристских услуг и молодежном туризме как самостоятельном секторе туризма.

Упоминание о молодежном туризме можно найти в таком федеральном документе, как «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [94]. Стратегия понимает под молодежным туризмом «туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет». Интересно, что в качестве мероприятий по популяризации культуры туризма среди молодежи указываются такие, как:

- развитие системы обучения организаторов молодежного туризма;
- обучение молодежи навыкам работы, необходимым для проведения туристских мероприятий в природной среде [94].

Получается, что приоритетными задачами становятся развитие волонтерского движения и экологического туризма, без указания на другие способы привлечения молодых людей к отечественному туризму. Еще одной мерой по стимулированию спроса на туристские услуги документ указывает помощь во внедрении «международных молодежных дисконтных систем на туристские услуги» [94, с. 46].

Фрагменты развития молодежного туризма раскрываются также через призму молодежной политики и Стратегию развития молодежи России до 2025 года [107]. Каждому приоритетному направлению развития молодежи соответствует ряд задач, в числе которых встречаются и те, которые связаны с туризмом. Такие задачи представлены в таблице 2.1.

Из таблицы 2.1 можно видеть, что реализация некоторых приоритетных направлений молодежной политики связана с туризмом. Например, поддержка талантливой молодежи включает в себя организацию научных обменов, а пропаганда здорового образа жизни предполагает развитие индустрии отдыха.

Другим же направлениям молодежной политики, таким как формирование духовно-нравственных ценностей, укрепление института семьи и профориентация молодых людей, по мнению авторов Стратегии, туристская отрасль помочь оказать не может. Кроме того, первый этап реализации Стратегии подошел к концу в 2020 году, однако некоторые результаты не были достигнуты. Скажем, не

были созданы условия для роста трудовой мобильности молодежи, а также слабую роль продолжает играть туризм в пропаганде здорового образа жизни молодых людей [53].

Таблица 2.1 – Приоритетные направления молодежной политики и задачи, связанные с туризмом, в Стратегии развития молодежи России до 2025 года

Приоритетное направление	Количество задач	Задача, связанная с туризмом
Повышение качества образования	14	«создание условий для повышения образовательной и трудовой миграции молодежи» [107, с. 9]
Поддержка талантливой молодежи, молодежных инициатив	13	«поддержка молодых ученых, в том числе их участия в научных обменах, научных семинарах, конференциях, симпозиумах в России и за рубежом» [107, с. 10]
Организация профессиональной ориентации молодежи	5	такой задачи нет
Трудоустройство молодежи	10	«стимулирование трудовой мобильности молодежи, миграции молодежи из трудоизбыточных или депрессивных регионов в трудонедостаточные регионы» [107, с. 11]
Пропаганда здорового образа жизни	6	«развитие индустрии отдыха и оздоровления молодежи в каникулярное время и во время летнего отдыха» [107, с. 12]
Формирование духовно-нравственных ценностей	11	такой задачи нет
Укрепление института семьи	7	такой задачи нет

Источник: разработана автором на основе [107]

Еще один федеральный документ, в котором упоминается необходимость в развитии молодежного туризма – это Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)». В нем сформулированы идеи о стимулировании интереса молодежи к «историческому и культурному наследию России», усилении «межрегиональных молодежных обменов» и, наконец, использовании туризма как «средства гражданского образования и патриотического воспитания молодежи» [63, с. 3]. Стоит отметить, что в аналогичной целевой программе, завершившейся в 2018 году, было сказано только про патриотическое воспитание молодежи средствами

туризма [63]. Однако ни в старой, ни в новой целевой программе не представлено конкретных мероприятий и финансирования, которые были бы направлены на практическую реализацию сформулированных положений.

Отдельное место занимает национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [155] и связанные с ним федеральные проекты. Призванный обеспечить комплексное развитие туристской сферы путем воздействия сразу на множество факторов, национальный проект не содержит в себе ни одного показателя, достижение которого непосредственно и значительно повлияло бы на рост молодежного туризма в стране.

Так, федеральный проект «Повышение доступности туристских услуг» [123] (2021-2030 годы) нацелен на достижение более двадцати результатов, связанных с вовлечением школьников в туризм, среди которых организация и военно-патриотических лагерей, и экскурсионно-образовательных поездок, и культурно-просветительских выездных программ, при том, что молодежь упоминается только в контексте увеличения числа мультимедиа-гидов с использованием технологии дополненной реальности в музеях и выставочных экспозициях.

Федеральный проект «Развитие туристской инфраструктуры» (2021-2024 годы) содержит только один результат, связанный с молодыми людьми, а именно обеспечение организации поездок для детей и молодежи Калининградской области в другие регионы России. [131]

Федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма» (2021-2030 годы) не содержит сведений о необходимости создания особых способов управления молодежным туризмом [141].

Косвенное воздействие на развитие молодежного туризма оказывает реализация федеральных проектов, относящихся к другим национальным проектам, таких как «Социальная активность» (2019-2024 годы) [143], «Цифровая культура» (2019-2024) [163], «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» (2021-2024) [120].

Согласно последнему, к 2024 году планируется вовлечь 25% населения России в систему патриотического воспитания (и 50% конкретно молодых людей), довести до 59% долю населения, информированную о механизмах самореализации молодежи в России. Среди мероприятий проекта значатся организация патриотического воспитания во время учебного процесса, привлечение школьников и студентов к олимпиаде по истории и географии, проведение патриотических шествий и т.д., при этом совершенно нет указаний на туризм и его роль в этом процессе. [120]

Таким образом, можно видеть, что в федеральных нормативно-правовых актах, регулирующих туристскую деятельность, понятие молодежного туризма представлено крайне фрагментарно. Отсутствуют исчерпывающие разъяснения относительно сущности и приоритетных направлений развития молодежного туризма, не предусматривается специального комплекса мероприятий по повышению эффективности управления молодежным туризмом.

Несколько иначе обстоят дела на региональном уровне. Стратегические документы, закрепляющие развитие туризма на региональном уровне, в большей степени уделяют внимание вопросам развития молодежного туризма. Проведя анализ таких нормативных документов в 10-ти регионах страны, в 7 из них были обнаружены не только четко сформулированные цели по необходимости развития молодежного туризма в регионе, но и конкретно выделенные виды туризма, которые регион планирует развивать для молодежи. Эти сведения представлены в таблице 2.2.

С другой стороны, закрепление в программном документе развитие того или иного вида молодежного туризма не всегда приводит к реальным изменениям. Так, например, одним из важных направлений развития молодежного туризма в Краснодарском крае «Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года» называет редкий палеонтологический туризм с целью знакомство молодежи с историей края [62]. Однако из 30 проанализированных туристических фирм на территории различных городов края ни одна из них не предлагает подобной услуги, а поиск в

сети Интернет информации об этой разновидности туризма на территории края не дает конкретных результатов.

Таблица 2.2 – Планируемые к развитию виды туризма для молодежи согласно региональным стратегическим нормативным документам

№	Регион	Приоритетные виды туризма для молодежи
1	Краснодарский край	военно-патриотический, экстремальный, экологический, палеонтологический, пляжный
2	Республика Крым	культурно-познавательный, экологический, пляжный
3	Пермский край	круизный, экологический, исторический, экстремальный
4	Ярославская область	не конкретизированы
5	Ростовская область	культурно-познавательный, экологический
6	Иркутская область	патриотический, экологический, экстремальный
7	Алтайский край	не конкретизированы
8	Камчатский край	этнический, исторический, экологический
9	Чеченская республика	сельский, культурный, развлекательный
10	Республика Татарстан	не конкретизированы

Источник: разработана автором на основе [95, 97, 99]

За последние 5 лет не было принято ни одного регионального нормативно-правового акта, связанного с развитием этого туристического направления. А кроме того, концепция при развитии пляжного туризма предлагает ориентироваться на интересы молодежи, что выглядит странным, поскольку пляжный туризм не является значимым для молодого поколения.

В конечном итоге, в десяти проанализированных регионах за последние 5 лет в среднем принималось лишь 5 нормативно-правовых актов, связанных конкретно с развитием молодежного туризма, причем наибольшее число – 9 в Республике Крым и наименьшее – 2 в Алтайском крае.

Организационное обеспечение молодежного туризма в Российской Федерации на федеральном уровне обуславливается наличием нескольких разобщенных между собой органов, относящихся к таким направлениям, как туризм, образование, культура, спорт и молодежь.

При Государственной Думе действует Подкомитет по туризму, а при Совете Федерации – Экспертный совет по туризму. Однако обсуждаемые вопросы данными органами во многом оторваны от реальных проблем, они дают

рекомендации общего правового характера, игнорируя ситуацию в регионах и муниципалитетах (рисунок 2.1).

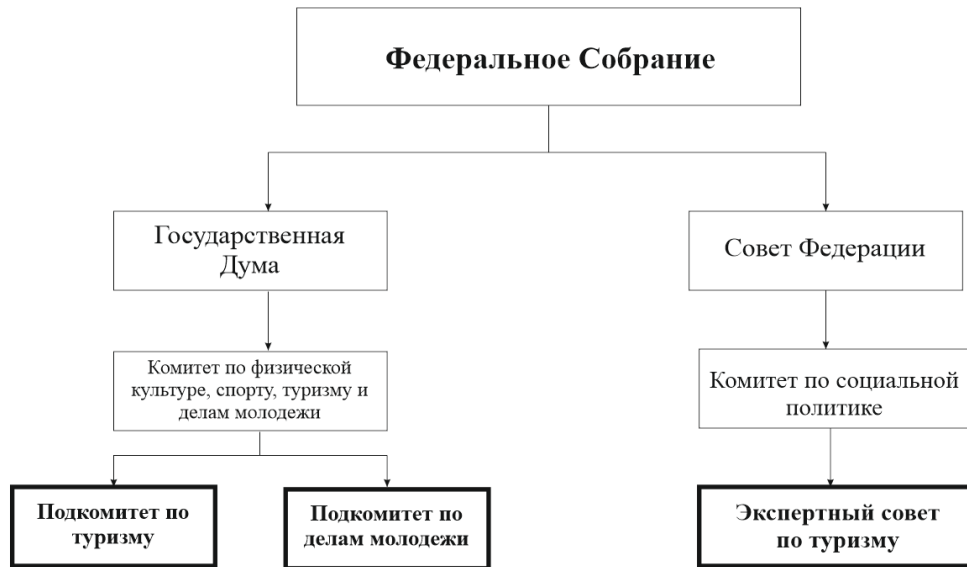


Рисунок 2.1 – Федеральные органы по вопросам туризма и молодежной политики законодательной ветви власти

Источник: разработан автором на основе [112, 117]

Так, например, одной из функций Экспертного совета выступает разработка рекомендаций по снижению административных барьеров при реализации проектов в туристической сфере совместно с общественными организациями и профессиональными объединениями [126]. Однако частота заседаний совета в 2020 году составила 11 раз в год, в 2019 году – 5 раз в год. Нет никакой информации о том, чтобы работа совета была сопряжена с консультативными встречами с общественными объединениями. А последний вопрос, вынесенный на обсуждение советом в 2021 году, связан с порядком аккредитации туристских объектов.

Однако, здесь имеется и положительная тенденция. Впервые за много лет в один комитет были переданы дела по туризму и молодежи, что сближает данные направления и выступает предпосылкой для их активного взаимодействия.

Более нацеленными на реальный результат являются Федеральное агентство по туризму и Федеральное агентство по делам молодежи. Первое специальным

Указом Президента от 2020 года [93] было передано из ведения Министерства экономического развития непосредственно под управление Правительства РФ. Второе уже около 10 лет также относится к Правительству РФ. В таблице 2.3 представлены те функции агентств, которые имеют отношение к развитию молодежного туризма в стране.

Таблица 2.3 – Функции федеральных агентств, связанных с развитием молодежного туризма в России

Наименование агентства	Функции
Федеральное агентство по туризму	<ul style="list-style-type: none"> – предпринимает необходимые меры для продвижения туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках; – организует круглые столы, семинары, конгрессы по вопросам развития туризма с привлечением всех категорий граждан; – осуществляет государственные заказы федеральных и научно-технических программ развития туризма.
Федеральное агентство по делам молодежи	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает и претворяет в жизнь молодежные проекты; – принимает меры для гражданского и патриотического воспитания молодежи; – осуществляет меры, направленные на организацию отдыха и досуга молодежи; – подготавливает ежегодные доклады о состоянии молодежи в стране.

Источник: разработана автором на основе [160-161]

Агентства, представленные в таблице 2.3, более тесно связаны с проблемами регионов. Так, например, Федеральное агентство по туризму принимало решение о выделении средств на строительство объектов туристской инфраструктуры 16 регионам в 2019 году на общую сумму 5 512 070,8 тыс. рублей, рассматривало более 10 000 заявок и отбирало лучшие. Проведенный анализ показал, что менее 10% заявок были связаны с развитием молодежного туризма [160].

До 2021 года, между рассмотренными федеральными агентствами отсутствовали всяческие точки соприкосновения по вопросам развития молодежного туризма в стране. Не отмечалось совместных программ, не фиксировалось взаимодействия для повышения эффективности работы в этом направлении.

Реальными институтами, поддерживающими в России тенденции развития молодежного туризма, являются те организации, которые непосредственно связаны с проведением мероприятий. Сюда относятся: Российский союз молодежи; Федеральный центр детско-юношеского туризма, краеведения и организации отдыха и оздоровления детей; Федерация спортивного туризма России.

Первая из них, Общероссийская общественная организация «Российский союз молодежи», за 2021 год провела 92 всероссийских мероприятия, 15 из которых имеют отношение к путешествиям и туризму [88]. Например, в июле состоялся XXX Международный молодежный лагерь «Be-La-Русь» на границе трех государств: России, Латвии и Белоруссии. В нем приняли участие более 400 человек, прошли пешие походы, экскурсии, скачки на лошадях и многое другое. А в конце июля 2021 года состоялась всероссийская конференция «Молодежный туризм в России: тенденции и перспективы» с количеством участников в 200 человек [147]. Кроме того, в планах – реализация 9 центральных программ и 7 федеральных проектов с федеральным финансированием и привлечением спонсоров. Ни один из проектов не связан с развитием молодежного туризма напрямую, но центральные программы «Патриот и гражданин», «Международное молодежное сотрудничество» и «Молодежный клуб привилегий РСМ» включают ряд мероприятий по стимулированию передвижения молодых людей по стране и за ее пределы.

Недостатками работы «Российского союза молодежи» выступает сильная зависимость от поддержки федеральных, региональных и местных органов власти, недостаточная самостоятельность, отсутствие системности и взаимосвязи между проектами, а также привлечение к работе лишь определенного круга студенческой молодежи, не расширяя поддержку до всей молодежи в целом.

Второй из них – Федеральный центр детско-юношеского туризма, краеведения и организации отдыха и оздоровления детей – организует массовые регулярные спортивно-туристские мероприятия для школьников и студентов, приглашает на работу и обучает молодых инструкторов и преподавателей. В 2021

году были проведены велосипедные, водные, горные, лыжные и пешеходные походы, освоены новые спелеологические маршруты, осуществлено несколько слетов туристов со всей России. В общей сложности, было задействовано свыше 30 000 молодых людей [53].

Недостатком работы этого центра является постепенное смещение уклона деятельности на детский туризм, проводится все меньше мероприятий для студенчества. В конце 2021 года центр сменил название, добавив слова «организация отдыха и оздоровления детей».

Третий из них – Федерация спортивного туризма. Она проводит работу в 10 направлениях туризма: пешеходный, лыжный, горный, водный, велосипедный, авто и мототуризм, спелеотуризм и парусный. Кроме своей основной функции – организации спортивных соревнований в этих разновидностях туризма – Федерация осуществляет групповые походы, в которые приглашает всех желающих. Отдельно проводится работа с молодежью (всех возрастов, не только студенчеством). В 2021 году в общей сложности было организовано 24 молодежных мероприятия, из них: 17 походов, 5 встреч, 2 фестиваля и 1 конкурс. А периодически Федерация устраивает всероссийский слет молодых туристов, где их ждет обмен опытом и преодоление полосы препятствий на местности [83].

Краткая характеристика трех данных организаций, занимающихся вопросами развития молодежного туризма в России, представлена в таблице 2.4.

Анализ информационной обеспеченности показывает, что не существует специализированных Интернет-ресурсов, печатных изданий или организаций, которые ставили бы целью информирование молодых людей о привлекательных турах и ситуации на рынке молодежного туризма как на федеральном уровне, так и в подавляющем большинстве регионов. Несмотря на определенный рост Центров молодежного туризма в регионах (так, если в 2012 году только в 5 регионах страны функционировали Центры молодежного туризма, то к 2020 году их можно видеть в 19 регионах), зачастую их деятельность не носит активного характера, а сайты не содержат никакой полезной информации (если у Центра вообще имеется свой собственный сайт).

Таблица 2.4 – Краткая характеристика организаций, оказывающих влияние на развитие молодежного туризма в России

Наименование	Год основания	Направления деятельности	Достижения за 2019 год
Общероссийская общественная организация «Российский союз молодежи»	1993	<ul style="list-style-type: none"> – реализация мероприятий по патриотическому воспитанию молодежи; – развитие внутреннего молодежного туризма; – организация процессов по созданию международного молодежного сотрудничества; – содействие профессиональной занятости молодежи путем трудовой мобильности; – оказание помощи в развитии туристских молодежных инициатив; – проведение молодежных собраний и конференций по всей России 	<ul style="list-style-type: none"> – проведено 84 всероссийских мероприятия; – поддержано 98 проектов; – организовано 35 обменов студентами; – привлечено к деятельности свыше 50 000 молодых людей; – создано свыше 100 НКО молодежи; – опубликовано 3 сборника статистики и результатов деятельности; – организованы 2 молодежных лагеря.
Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения	1918	<ul style="list-style-type: none"> – организация спортивных мероприятий активного характера; – осуществление экскурсионной, краеведческой и туристской деятельности; – осуществление международного сотрудничества по вопросам молодежного туризма; – организация мест отдыха и баз для молодежи. 	<ul style="list-style-type: none"> – организация III слета юных туристов; – проведение Всероссийского соревнования по туризму на пешеходных дистанциях; – проведение более 200 горных пешеходных туристических походов; – организация 3 баз для отдыха молодежи.
Федерация спортивного туризма	1895	<ul style="list-style-type: none"> – проведение физкультурно-оздоровительных мероприятий (маршруты выходного дня, слеты туристов, стационарные туристские лагеря); – проведение учебных мероприятий (создание туристских школ, подготовка общественных спасателей). 	<ul style="list-style-type: none"> – организовано более 20 маршрутов выходного дня; – подготовлено более 50 общественных спасателей; – созданы 2 туристские школы.

Источник: разработана автором на основе [53, 83, 120]

Подводя итог изучению организационных основ развития молодежного туризма в современной России, можно сказать, что на данный момент в стране отсутствует развитая система взаимодействия государственных органов и

общественных институтов, присутствуют лишь фрагментарные, самостоятельные элементы, поддерживающие функционирование молодежного туризма.

Рассмотрим далее экономические инструменты влияния государства на развитие молодежного туризма.

В настоящее время из федерального бюджета не выделяется средств целенаправленно на развитие молодежного туризма в стране. На реализацию федеральной программы по развитию внутреннего и въездного туризма до 2025 года предполагается привлечь 97,91 млрд. рублей [63], на реализацию федерального проекта «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации до 2024 года» - около 26 млрд. рублей [120]. Какая-то часть средств тратится на развитие сектора молодежного туризма, однако в каком объеме – в отчетах это не указывается. Крайне мало средств выделяется на проведение молодежной политики, которая, как мы уже установили, является системообразующим элементом молодежного туризма. Согласно данным Счетной Палаты, в 2020 году доля муниципальных бюджетов на молодежную политику тратилась в следующих объемах: Ростовская область – 3,23%, Краснодарский край – 2,73%, Крым – 0,31%, Адыгея – 0,04%, Севастополь – 0% [24].

На рисунке 2.2 представлены объем средств, выделенный из федерального бюджета на молодежную политику и объем реализованных средств.



Рисунок 2.2 – Объем выделяемых и исполненных средств из федерального бюджета на молодежную политику РФ

Источник: разработан автором на основе [24]

Другим способом поддержки молодежного туризма является предоставление скидок и льгот молодым людям. Наибольшее число скидок студенческая молодежь может получить по студенческому билету. На рисунке 2.3 проиллюстрированы все скидки по студенческому билету на 2021 год.



Рисунок 2.3 – Льготы и скидки по студенческому билету в России на 2021 год

Источник: разработан автором

Как можно видеть из рисунка 2.3, основные льготы по студенческому билету предоставляются на проезд в общественном и железнодорожном транспорте. На междугородние железнодорожные сообщения в 2021 году была установлена единая всероссийская скидка: 50 % за плацкарт и 25% за купе при предъявлении студенческого билета очной формы обучения для лиц от 18 до 25 лет с 1 сентября по 1 июня, кроме скоростных поездов №701-788. Однако в 2022 году скидка в 50% была полностью отменена, а получение 25%-ной скидки стало возможным только при получении в ВУЗе справки и дальнейшей ее загрузки на сайт РЖД [2].

Скидка на пригородные поезда устанавливается регионом. Стандартно она составляет 50% (например, в Москве [119], Краснодарском крае, Ростовской

области [140] и т.д.), однако некоторые субъекты вводят дополнительные ограничения. Например, в Тверской и Новгородской областях скидка не распространяется на аэроэкспресс и скоростные электрички, а в Крыму такая скидка действовала только для студентов Крымского полуострова [101].

На автобусы, троллейбусы, трамваи и метрополитен скидки также варьируются. Например, в Оренбургской, Тамбовской, Самарской областях студенты имеют права получить скидку на разовый проезд в любом из перечисленных видов транспорта. А, например, в Забайкальском крае и Сахалинской области скидка действует только на абонементы, приобретаемые сразу на неделю или месяц.

Скидки на авиаперелеты устанавливают компании самостоятельно и, в зависимости от времени года, пассажиропотока и других обстоятельств, их величина может изменяться. Например, в начале 2021 года компания «Аэрофлот» предоставляла скидки в 10% на некоторые внутренние рейсы (до 3 000 км).

В таблице 2.5 представлены скидки на посещение некоторых достопримечательностей.

Таблица 2.5 – Скидки по студенческому билету в разных городах на 2021 год

Город	Наименование учреждения	Скидка
Москва		Каждый день – 50%;
	Государственная Третьяковская галерея	1-ое и 2-ое воскресенье каждого месяца - бесплатно
	Государственный Дарвиновский музей	Каждый день – 75%
	Останкинская башня	Будние дни – 40%; Выходные дни – 20%.
Сочи	Музей истории города-курорта Сочи	Каждый день – 50%
	Ски-пасс горнолыжного курорта «Газпром»	Сезонные скидки – 20%
	Ски-пасс курорта «Горки-город»	Каждый день – 40%
Санкт-Петербург	Русский музей	Каждый день – 50%
	Военно-морской музей	Каждый день – 60%
	Михайловский театр	В дни спектакля – 50%
Ярославль	Ярославский музей-заповедник	В будние дни – 30%
	Губернаторский дом	Каждый день – 50%

Источник: составлено автором

Как можно заметить, скидки крайне разнятся от региона и дня недели, редко превышая 50%.

Зарегистрировавшись в специальном электронном приложении, по студенческому билету возможно получить скидки на еду в супермаркетах, столовых, барах и даже ресторанах. Однако обычно такие заведения составляют меньше 1% в городе [64].

В 2020 году группой энтузиастов было проведено исследование, результатом которого стало определение выгоды от использования студенческого билета в городе Москва студентом очной формы обучения. Итоги исследования представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Выгоды от использования студенческого билета в Москве в 2020 году

Направление	Годовая экономия, руб.
Городской транспорт	3 300
Пригородный транспорт	4 500
Поезда дальнего следования	0
Магазины	959
Бары, кафе и рестораны	4906
Развлечения	2207
За границей	1500
Итого	17 372

Источник: разработана автором на основе [54]

То есть, благодаря студенческому билету среднестатистический студент экономит в год приблизительно 17 000 рублей.

Начиная с 2020 года, в целях преодоления кризиса из-за коронавирусной инфекции, был введен специальный кэшбек [75, 97, 167]. При оплате официального тура, путевки или санатория с включенными туда услугами питания и экскурсий с карты «Мир», будут возвращены на карту 20% стоимости, но не более 20 тысяч рублей. В третьей программе, которая продлится до конца июня 2021 года, целых 50% потраченных средств возвращают также за путевки в детские оздоровительные лагеря, причем срок приобретения путевки продлен до 31 августа [149, 156]. Только за весну 2021 года более 700 000 человек

воспользовались кэшбеком, из которых свыше 60% - молодые люди. Не вызывает сомнений, что такое мероприятие стимулирует к туризму российскую молодежь. Но стоит учесть, что предлагаемыми скидками могут воспользоваться все граждане, не зависимо от возраста.

В 2021 году Ростуризм объявил о том, что с 7 сентября стартует специальная программа для школьников и молодежи. Молодые люди, ставшие призерами или победителями в конкурсах, организованных АНО «Россия – страна возможностей», смогут бесплатно отправиться в путешествие по России, причем самостоятельно выбрать тематику тура из более чем 20 вариантов. На программу выделено 8 млрд. рублей, планируется, что 50 000 молодых людей получат бесплатный тур. Тем не менее, отметим, что проводимые конкурсы более чем в 80% случаев подразумевают участие студентов, а не всей молодежи как таковой.

С 15 июля по 25 августа 2021 года в рамках «Программы молодежного и студенческого туризма» молодым людям предлагалась возможность во время путешествия по России проживать в студенческих кампусах и общежитиях по крайне низким ценам (так, максимальная цена за 1 ночь с включенным питанием – 550 рублей).

Несмотря на положительную тенденцию поощрения молодежных поездок в 2021 году, подобные мероприятия связаны не с системным развитием молодежного туризма, а с принятием антикризисных мер по увеличению внутреннего турпотока в целях преодоления негативных последствий от COVID-19 [15, 136, 169].

Другим инструментом получения скидок выступают специальные молодежные карты. В настоящее время на территории России действуют 4 европейские молодежные карты и 1 отечественная. Подробная сравнительная характеристика данных карт представлена в Приложении Б.

Молодежная карта «Евро<26» доступна людям от 18 до 26 лет и предоставляет скидки как в России, так и в 41 стране Европы. Путешествие по Европе с данной картой может обойтись всего в 150-200 евро. Выдает карту

«Российский союз молодежи» ровно на 1 год, после чего ее нужно обновлять [114].

Молодежная карта ISIC предоставляется исключительно школьникам и студентам и подтверждает во всем мире статус учащегося. Оформить ее можно с 12 лет. На сегодняшний день, этой картой пользуются около 300 000 учащихся в России; она предоставляет примерно 3 000 скидок по всей России и 42 000 скидки в 130 странах мира. Скидки распространяются на многие сайты для бронирования отелей и хостелов, рестораны, театры и музеи, образовательные курсы и порталы и т.д. С помощью данной карты можно получать информацию о мероприятиях города, выставках, фестивалях, а также расплачиваться ею при подключении MasterCard. До 2021 года она давала скидки на проезд в общественном транспорте Москвы и Санкт-Петербурга, однако временно данная услуга приостановлена. Стоимость карты – 600 рублей, срок действия – 1 год [115, 130].

Молодежная карта IYTC представляет собой международное удостоверение для молодых людей до 30 лет включительно. Ее можно оформить тем, кто не является студентом, но кому еще не исполнился 31 год. Карта ITIC выдается преподавателям любого возраста. Проблема данных карт заключается в том, что наибольшее количество скидок и льгот они предоставляют в Европе ввиду большого количества партнеров. В России к данной системе присоединяются в основном малоизвестные компании, которыми пользуются достаточно редко. Это иллюстрирует рисунок 2.4.

Так, например, по карте ISIC на 2020 год в Германии предоставляется более 12 000 скидок, во Франции – около 11 000 скидок, тогда как в России всего лишь около 3 000 скидок. По карте «Евро<26» ситуация примерно аналогичная: в Германии – почти 8 000 скидок, во Франции – более 6 000 скидок, а в России всего немногим более 1 000 скидок. Карта IYTS предоставляет в России около 2 000 скидок, а YTC – менее 1 000 скидок. В целом, в России примерно на 70-80% меньше скидок и партнеров по молодежным картам, чем в Германии и Франции.

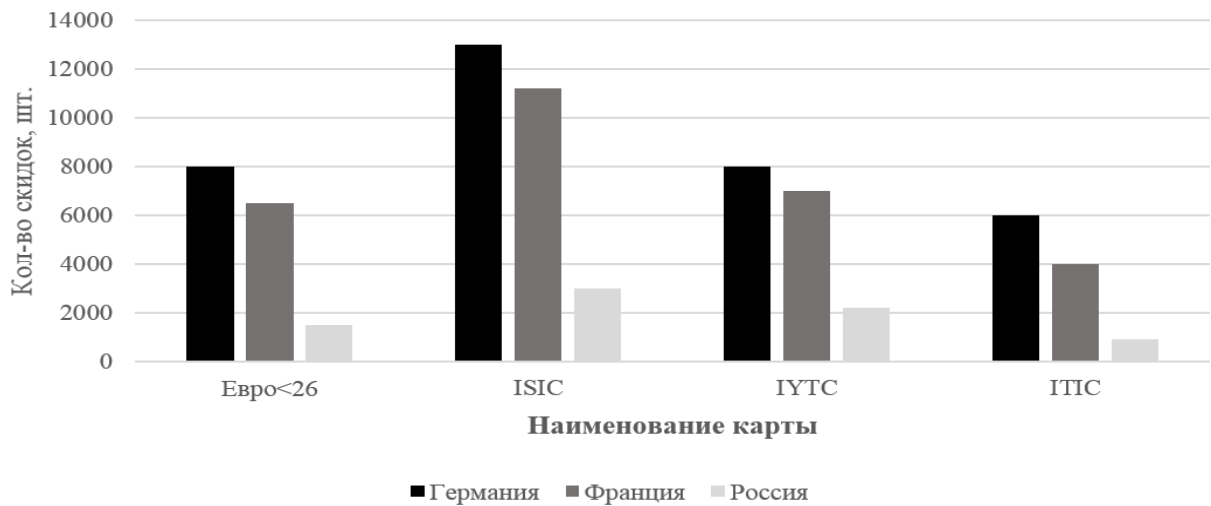


Рисунок 2.4 – Количество скидок по молодежным картам в России и Европе на 2020 год

Источник: разработан автором на основе [114, 115]

Рассмотрим количество скидок и льгот, предоставляемых данными картами в Москве и Берлине по категориям услуг (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Количество скидок и льгот, предоставляемых молодежными картами в Москве и Берлине

Карта	Евро<26		ISIC		IYTC	
	Театры и музеи	Развлечения	Театры и музеи	Развлечения	Театры и музеи	Развлечения
Москва	35	15	75	27	65	20
Берлин	130	60	270	180	235	110

Источник: разработана автором на основе [114-115]

Таблица 2.7 демонстрирует, что в Москве по карте «Евро<26» можно посетить со скидкой 35 музеев и театров, 15 объектов развлекательного характера, тогда как в Берлине по той же карте можно получить скидку в 130 театрах и музеях и в 60-ти объектах развлекательного характера. По карте ISIC в Москве действуют скидки на 75 музеев [86] и театров и 27 объектов развлекательного характера, тогда как в Берлине скидки распространяются на 270 театров и музеев и 180 объектов развлечений.

Начиная с 2017 года, «Российский союз молодежи» начал выпускать отечественную молодежную карту под названием «Союз». Однако ввиду малого количества партнеров и неактуальности в Европе, проект был закрыт [72].

Начиная с 2019 года, эта организация активно интегрирует так называемую Европейскую молодежную карту в российские реалии. Спонсорами выступили ряд крупных банков, в том числе Газпромбанк. На апрель 2021 года карта предоставляет 60 000 скидок по всей России и выступает очень перспективным проектом. Держателем карты может стать молодой человек возрастом от 14 до 30 лет. Стоит отметить, что 10 авиакомпаний предоставляют скидки на авиаперелеты по данной карте. Тем не менее, она мало популярна в настоящее время.

На основе метода экспертных оценок выявим проблемы развития молодежного туризма в России.

В июле 2021 года, используя принципы типичности и компетентности, были отобраны 20 экспертов, среди которых:

- ведущие специалисты министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края – 3 человека;
- ведущие специалисты министерства образования, науки и молодежной политики Краснодарского края – 3 человека;
- ведущие специалисты департамента курортов и туризма администрации города Сочи – 2 человека;
- ведущие специалисты департамента управления молодежной политикой администрации города Сочи – 2 человека;
- региональные представители турагентств и туроператоров – 5 человек;
- научные сотрудники – 5 человек.

На первом этапе каждому эксперту было предложено выделить пять наиболее значительных, по его мнению, проблем развития молодежного туризма в России. Затем вся совокупность обозначенных проблем была сгруппирована по трем основаниям: институциональные проблемы, организационные проблемы, социально-экономические проблемы.

На втором этапе экспертам предлагалось ранжировать по степени важности проблемы из каждой группы. Коэффициент конкордации М.Кэнделла, показывающий степень согласованности экспертов, по группе институциональных проблем равен 0,97 (очень высокая степень согласованности), по группе организационных проблем – 0,92 (высокая степень согласованности), по группе социально-экономических проблем – 0,89 (высокая степень согласованности).

В таблице 2.8 представлен перечень проблем развития молодежного туризма, определенных экспертами как наиболее важные.

Таблица 2.8 – Проблемы развития молодежного туризма в России

№	Институциональные	Организационные	Социально-экономические
1	Отсутствие специализированных нормативно-правовых актов	Отсутствие специализированных органов управления молодежным туризмом	Отсутствие всеобъемлющей льготно-скидочной системы поддержки молодых туристов
2	Отсутствие взаимодействия государства и бизнеса	Отсутствие программ и стратегий развития молодежного туризма	Отсутствие экономической поддержки бизнеса в секторе молодежного туризма
3	Отсутствие информационного обеспечения, асимметрия информации	Отсутствие коммерческих и некоммерческих организаций по развитию молодежного туризма	Отсутствие специализированного молодежного турпродукта на рынке
4	Оппортунистическое поведение государственных учреждений при выборе поставщика молодежных туруслуг	Недостаточное ресурсное обеспечение управлением развития молодежного туризма	Низкая социальная ответственность бизнеса в секторе молодежного туризма
5	Неопределенность прав и формы собственности объектов молодежного туризма	Отсутствие системы статистического учета данных по молодежному туризму	Недостаточное финансирование для замены устаревшей материально-технической базы

Источник: составлено автором на основе экспертных оценок

Таким образом, проанализировав организационно-экономическое обеспечение развития молодежного туризма в России, были получены следующие основные выводы:

– на сегодняшний день в Российской Федерации отсутствуют нормативно-правовые документы, закрепляющие основные принципы, направления развития и экономическую поддержку молодежного туризма;

– в Российской Федерации отсутствуют специализированные органы, ответственные за развитие молодежного туризма как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях;

– в Российской Федерации отсутствует координация между органами государственной власти друг с другом, а также с туристским бизнесом и молодыми людьми как потребителями по вопросам развития молодежного туризма;

– среди поставленных государством задач, призванных реализовывать духовно-нравственное и культурно-познавательное приоритетное направление молодежной политики нет тех, которые были бы связаны с туризмом;

– в Российской Федерации развитие молодежного туризма рассматривается с экономической точки зрения, преобладает экономическая цель молодежного туризма в ущерб духовно-нравственной и культурно-образовательной;

– на основании экспертных оценок, были выявлены проблемы развития молодежного туризма в современной России и разделены на три группы: институциональные, организационные, социально-экономические.

Далее необходимо выявить факторы развития рынка молодежного туризма, что способствует определению дальнейших перспектив рассматриваемого сектора туризма в России.

2.2 Оценка влияния факторов развития молодежного туризма на молодежный внутренний турпоток

Исследование рынка молодежного туризма, в том числе его структуры и факторов развития, представляется целесообразным осуществлять с позиции

системного подхода. Последовательное выявление и изучение определенных элементов рынка, их взаимосвязи и взаимодействия позволит в результате получить представление о его тенденциях и перспективах развития.

Одним из методов упорядочивания элементов выступает классификация.

Молодежный туризм представляется возможным классифицировать по нескольким основаниям.

В качестве первого основания могут выступать цели: культурно-образовательные, духовно-нравственные, рекреационные.

К видам молодежного туризма, преследующим рекреационную цель, можно отнести развлекательный, экстремальный, лечебный.

Так, например, суть большинства развлекательных заведений (казино, клубы и караоке-бары, парки аттракционов) и увеселительных мероприятий (например, комедийные шоу) заключается в удовлетворении потребности молодого человека в развлекательном отдыхе за счет его финансовых средств. Экстремальные виды туризма, такие как дайвинг, спелеотуризм, парапланеризм, парашютизм призваны удовлетворить потребность молодежи в острых ощущениях и ярких незабываемых эмоциях, однако ввиду повышенной опасности стоимость таких приключений достаточно высокая. Ни развлекательный, ни экстремальный виды туризма не несут в себе социального значения, исключительно экономическую выгоду.

Культурно образовательную цель преследуют образовательный, культурно-познавательный, спортивный разновидности молодежного туризма. Образовательный туризм предполагает поездки в целях учебы, то есть получения конкретных умений и навыков. Среди молодежи распространены, а потому могут быть выделены, языковые образовательные путешествия (ради изучения иностранного языка), путешествия по обмену (на короткий промежуток времени в другое учебное заведение) или же профессиональные образовательные поездки (полный цикл получения образования, посещение курсов повышения квалификации и т.д.). Культурно-познавательный туризм предполагает посещение самого широкого спектра различных достопримечательностей исторического,

искусствоведческого и природного характера, а также культурных событий массового характера, например, балетного шоу. Спортивный туризм, представленный палаточными походами, пешими прогулками, спортивными соревнованиями призван совершенствовать физическую подготовку человека, оказывать рекреационное воздействие.

Классификация молодежного туризма представлена на рисунке 2.5. Исследуем основные характеристики спроса на мировом и российском рынке молодежного туризма. На конец первого десятилетия XXI века мировые доходы от международного молодежного туризма составляли около 190 млрд. долларов, молодые люди совершали около 180 миллионов международных поездок в год (практически половина из которых приходилась на Европу), а прогноз ежегодных международных молодежных поездок к 2020 году составлял практически 300 миллионов единиц [176]. Однако уже к середине второго десятилетия ситуация резко изменилась. На 2014 год, мировые доходы от молодежного туризма увеличились до 286 млрд. долларов (на 58,9%), а прогноз международных поездок к 2020 году был скорректирован до 370 миллионов (то есть увеличен на 23,3%), тогда как мировые доходы от молодежного туризма к 2020 году должны составить 400 млрд. долларов [176]. Данные по мировым доходам от молодежного туризма представлены на рисунке 2.6.



Рисунок 2.6 – Мировые доходы от международного молодежного туризма за 2010-2020 годы

Источник: разработано автором на основе [159, 174, 176]

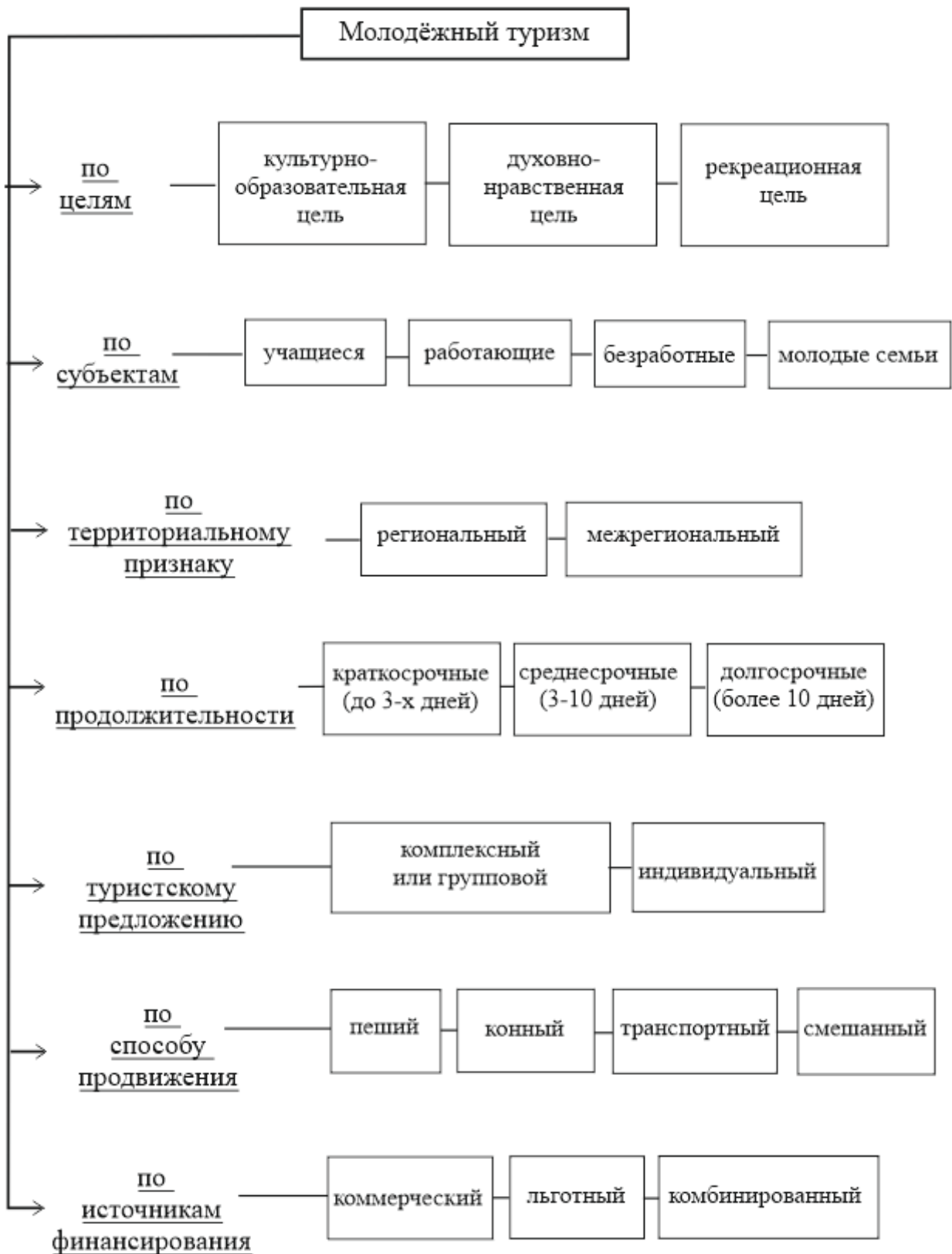


Рисунок 2.5 – Классификация молодежного туризма

Источник: разработано автором

Благодаря линии тренда на рисунке 18 видно, что мировые доходы от молодежного туризма за последнее десятилетие имеют крайне положительную динамику. В настоящее время официальные данные за 2020 год отсутствуют ввиду трудностей статистического учета из-за пандемии коронавирусной инфекции, так что приходится ограничиться прогнозными данными.

Далее, на рисунке 2.7 представим результаты анализа доходов от молодежного туризма в странах Европейского Союза за 2013 и 2017-2019 годы.

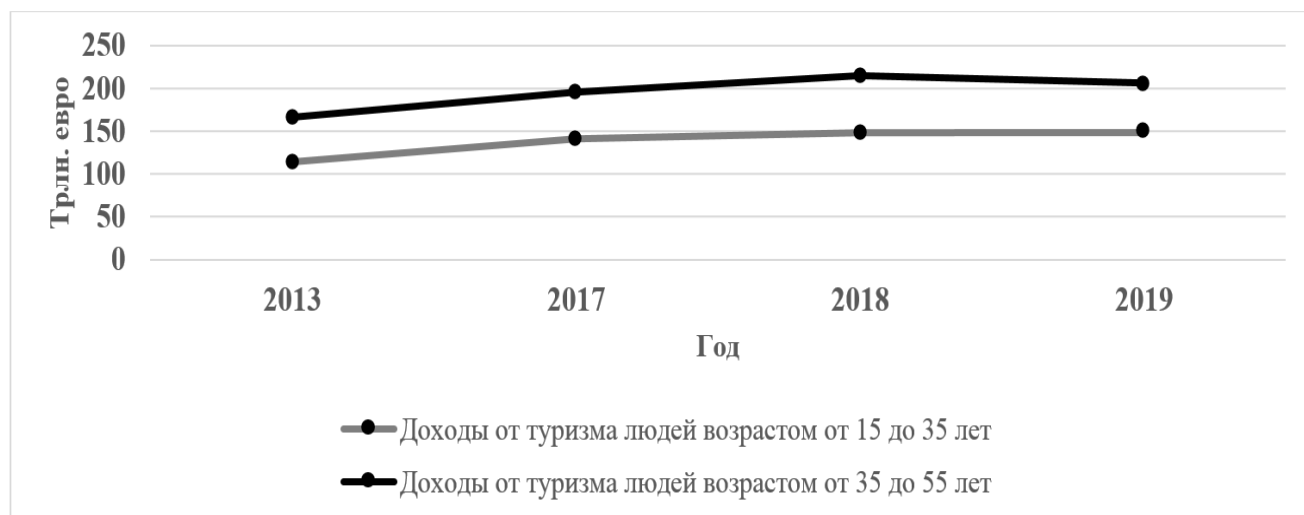


Рисунок 2.7 – Доходы от внутреннего и международного молодежного туризма на территории Европейского Союза за 2013, 2017-2019 годы

Источник: разработан автором на основе [132]

Доходы от внутреннего и международного молодежного туризма на всей территории Евросоюза в 2019 году составили около 150 триллионов евро, тогда как доходы от туризма лиц возраста от 35 до 55 лет составили примерно 200 триллионов евро [132]. Разница между суммарными тратами молодых туристов и туристов более старшего возраста составляет всего 30%.

В Германии 93% молодых людей возрастом от 18 до 26 лет совершают в год хотя бы одну однодневную туристическую поездку, что делает данную возрастную группу наиболее мобильной из всех. При этом, общий объем однодневных поездок молодых людей в возрасте от 14 до 26 лет оценивается примерно в 482 миллиона в год, что приносит доход в размере 12 809,5 млн. евро.

Согласно данным немецкого исследования, внутренние турпотоки на 2/3 состоят из детей и молодежи, а внешние – на 1/3 [190]. В конечном итоге, доходы только от внутреннего молодежного туризма в Германии составляют 0,7% от ВВП страны [190, с. 44]. Не зря в Германии молодежь считают самой перспективной целевой аудиторией туристского бизнеса.

Доход от молодежного туризма во Франции за 2017-2019 годы вырос на 10%, а количество ночевок молодых путешественников – на 6,6% [194].

Показателен пример Италии, где ежегодно около половины всей молодежи, проживающей в стране, обязательно предпринимает как минимум одну туристскую поездку. В целом же, молодые туристы составляют 17,2% от числа всех внутренних туристов Италии.

Что касается выездных туристов, то в 2011 году около 18 000 итальянских молодых людей возрастом от 15 до 35 лет побывали за границей, причем людей из возрастной группы от 35 до 45 лет за границей побывало примерно 16,5 тысяч, что является только немногим больше [188, с. 50].

И, наконец, Международная конфедерация молодежных путешествий, ссылаясь на исследование Правительства Австралии, приводит данные, согласно которым в 2013 году среднее пребывание в стране туристов составило 84 ночи при тратах в 5 759 австралийских долларов, тогда как молодые путешественники, пробывшие там более 6 месяцев, тратили в среднем 21 645 австралийских долларов. В среднем, турист в Австралии тратит 3 326 австралийских долларов, тогда как молодой путешественник – 7 278 австралийских долларов [176, с.16].

Прежде, чем переходить к исследованию спроса на российском рынке, определим факторы, оказывающие влияние на рынок молодежного туризма.

На основе изученного зарубежного и отечественного опыта организационно-экономического обеспечения развития молодежного туризма, особенностей молодых туристов, проведенного контент анализа научной литературы по данному вопросу, а также предложенной классификации молодежного туризма, выделим четыре группы факторов развития молодежного

туризма: экономические, социально-демографические, инфраструктурные, цифровые (рисунок 2.8).



Рисунок 2.8 – Факторы развития молодежного туризма

Источник: разработано автором

Рассмотрим подробнее данные факторы. Численность потенциальных потребителей туристских услуг в секторе молодежного туризма значительно выросла за последнее время. Если в 2016 году в стране насчитывалось 23 556 839 молодых человека возрастом от 18 лет, в 2017 году – 22 370 852, в 2018 – 21 108 550 [1, 164], то в 2021 году их количество резко возросло до 30 558 087 человек [145]. Причина такому скачку – включение в состав молодежи новой возрастной группы. Если до 2021 года к молодым туристам относили лиц возрастом от 18 до 30 лет, то теперь к ним добавляются лица возрастом от 30 до 35 лет.

На рисунке 2.9 показана динамика численности молодых людей от 18 лет за последние 5 лет.



Рисунок 2.9 – Динамика численности потенциальных потребителей рынка молодежного туризма в России за 2016-2021 годы

Источник: составлено автором на основе [145, 164]

На 2021 год молодые люди возрастом от 18 до 35 лет составляют практически 21% от всего населения России. Но еще больший процент они составляют от числа внутренних туристов. Так, например, согласно данным комитета по туризму города Москва, в 2019 году от общего количества посетивших столицу России 77,5% – это молодежь (из них 33,3% – молодежь в возрасте от 18 до 24 лет). Указывается, что молодые туристы в среднем посещают Москву 3 раза в год, тогда как другие возрастные группы – 2 раза [127]. По сведениям Ассоциации туроператоров, в 2021 году молодежь составила примерно 25% от всех клиентов туроператоров [135]. В конечном итоге, средняя доля молодых людей во внутреннем турпотоке страны составляет около 35% [37, 144]. Примерно такие же данные мы получим, если будет анализировать въездной туризм. В 2017 году около трети иностранных туристов составляли молодые люди [52]. Причем в начале 2020 года, когда границы между странами еще не были закрыты, их общая доля увеличилась почти до 60% из-за скидок и льгот, предоставляемых турфирмами.

Согласно данным Росстата и исследованию Высшей школы экономики, до 2024 года будет наблюдаться уменьшение численности молодых людей в возрасте

от 18 до 30 лет. С 2025 года прогнозируется долгосрочное увеличение, что, соответственно, может привести к увеличению числа потенциальных потребителей рынка молодежного туризма. Прогноз численности молодых людей представлен на рисунке 2.10.

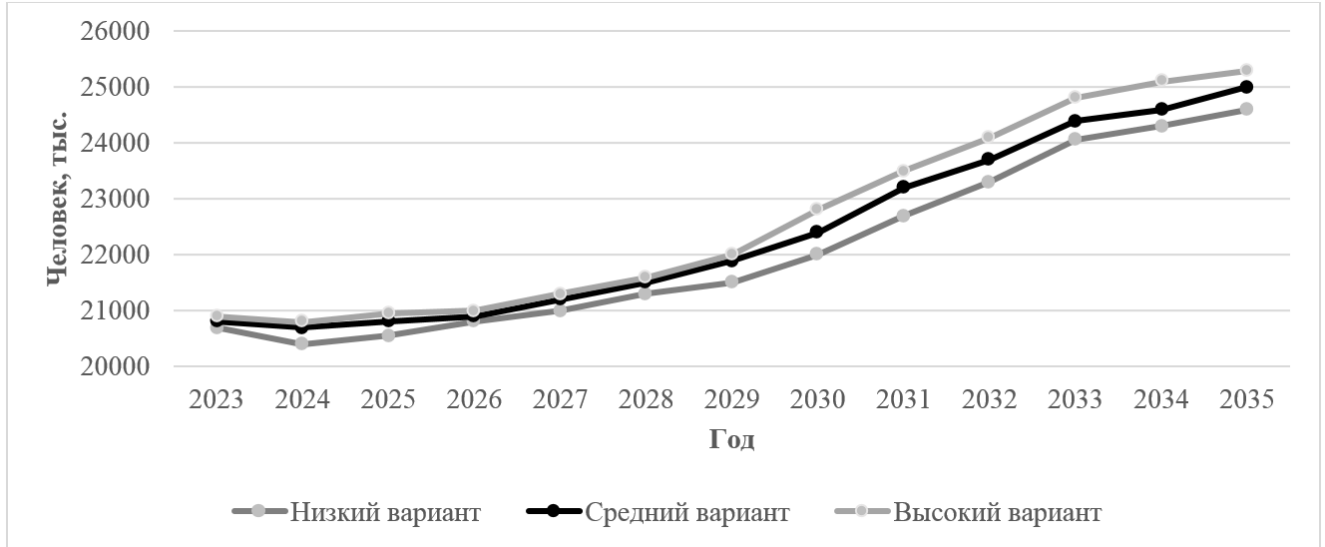


Рисунок 2.10 – Прогноз численности молодых людей возрастом от 18 до 30 лет

Источник: [29]

Согласно представленной на рисунке 2.10 динамике следует, что с 2024 по 2035 год ожидается рост числа молодых людей примерно на 20%.

Структура свободного времени у различных групп молодых людей, представленных в классификации, отличается.

Объём располагаемого учащимися свободного времени во многом зависит от степени интенсификации учебного процесса, условий проживания, социального статуса, необходимости дополнительного заработка. Из-за рассредоточенности времени отдыха в течение года учащиеся могут совершать длительные туристские поездки только в каникулярное время: в летний период (июнь, июль, август) или на новогодние праздники (январь). Краткосрочные поездки такая группа молодых людей может совершать в выходные или праздничные дни. Работающие молодые люди имеют возможность совершать длительные путешествия в период ежегодного отпуска, который может быть предоставлен по желанию работника в любой месяц. Безработная молодежь

обладает большими временными ресурсами, а потому имеет возможность путешествовать в любое время. Молодым семьям тяжелее всего организовать совместный отдых ввиду разнородности бюджета свободного времени членов семьи, который определяется характером занятости супругов, наличием либо отсутствием детей, временными затратами на домашний труд, территориальным расположением места учёбы или работы. Обычно для молодых семей наиболее подходящее для туристских поездок время – летний период и январские праздники.

Транспортная доступность определяется возможностью достижения туристской дестинации с использованием транспортной инфраструктуры всех видов по оптимальной для потребителя цене [59]. Молодежь менее притязательна к выбору типа транспорта и качеству обслуживания, чем другие группы туристов, для них важнее сократить финансовые затраты и затраты по времени.

По данным последнего крупного исследования 2018 года «Новые горизонты 4» («New Horizons IV»), молодежь все больше предпочитает пользоваться авиаперелетами для дальних путешествий и автомобилями для коротких поездок. Так, около 50% всех поездок молодых людей до 5 дней совершаются на автомобиле, причем половина из которых – арендуемые. Бизнес, связанный с арендой автомобилей, значительно расширился по всему миру во многом благодаря молодежным путешествиям [182]. Несколько иные выводы получили ученые из Оксфордского университета. Они отметили снижение числа путешествий на автомобиле ввиду ужесточения процедур получения водительских прав, однако, в связи с этим, рост авиаперелетов в основном за счет молодых людей [172]. При отсутствии общемировых данных приведем сведения по Германии, где только лишь от однодневных туристских поездок молодых людей годовой оборот от транспортных услуг составляет около 1,84 млрд евро [190].

Для определения взаимосвязи между доходами молодежи и расходами на туризм было проведено интернет-анкетирование 1 359 молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет методом многоступенчатой выборки со стратификацией единиц

первой ступени. Методика проведения опроса приведена в Приложении В [1, 49, 79, 154]. В анкетировании приняли участие 583 молодых людей мужского пола (42,9%) и 776 молодых людей женского пола (57,1%). Ошибка репрезентативности рассчитывается по формуле:

$$\mu = \sqrt{\frac{1-f_1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n (w_i - w)^2 + \frac{f_1(1-f_2)}{n^2(m-1)} \sum_{i=1}^n w_i(1-w_i)} \quad (2.1)$$

где w_i – доля единиц, которые обладают значением признака, в регионе;
 w – доля единиц, которые обладают значением признака, во всей совокупности;

N – общая совокупность единиц на первом этапе;

M – общая совокупность единиц на втором этапе;

n – отбираемое количество единиц на первом этапе;

m – отбираемое количество единиц на втором этапе;

$$f_1 = \frac{n}{N}; \quad f_2 = \frac{m}{M}$$

Ошибка репрезентативности составила 6,5%. Предельная ошибка выборки составила: $\Delta = 0,036$ или 3,6%.

Один из вопросов анкеты предполагал выяснение личного ежемесячного дохода. Еще один был направлен на выяснение структуры ежемесячных расходов молодых людей. На рисунке 2.11 представлены средние ежемесячные доходы молодых людей возрастом от 18 до 35 лет.

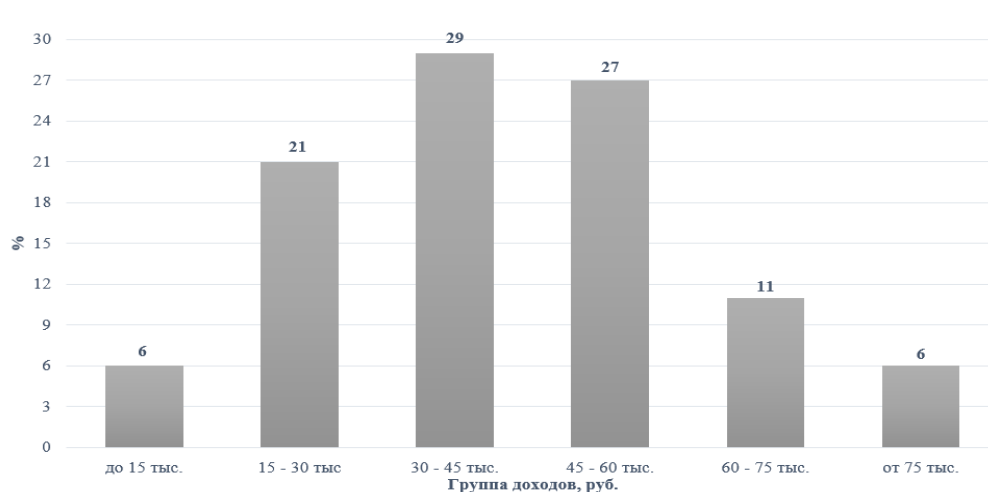


Рисунок 2.11 – Структура молодых людей по уровню ежемесячного дохода по результатам анкетирования

Источник: разработан автором

Согласно результатам анкетирования, доход до 15 тысяч рублей в месяц имеют 6% опрошенных, от 15 до 30 тысяч рублей – 21%, от 30 до 45 тысяч рублей – 29%, от 45 до 60 тысяч – 27%, от 60 до 75 тысяч – 11%, свыше 75 тысяч – 6%.

На рисунке 2.12, согласно полученным в ходе анкетирования данным, представлена структура ежемесячных расходов молодых людей.

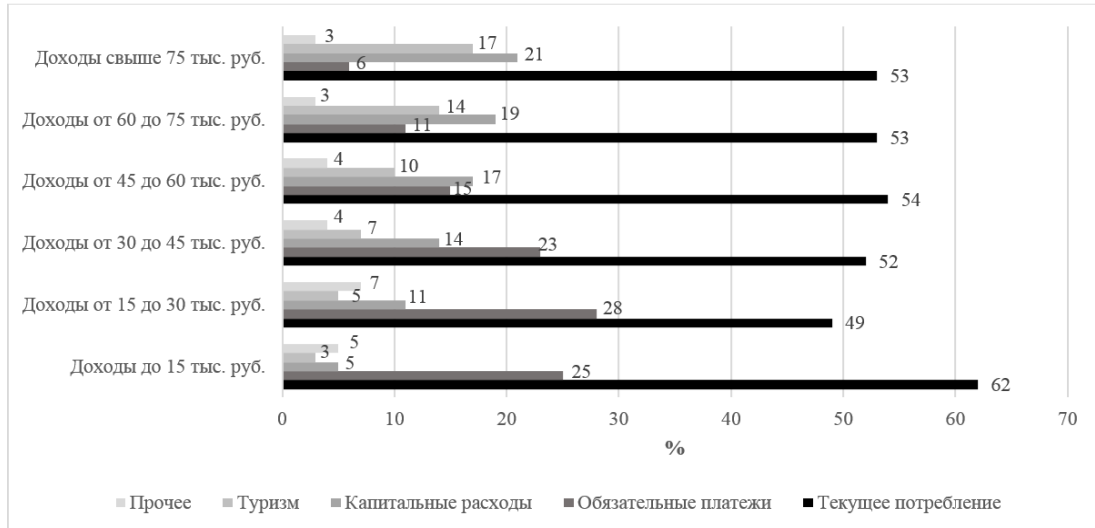


Рисунок 2.12 – Структура ежемесячных расходов молодых людей в зависимости от уровня доходов по результатам анкетирования

Источник: разработана автором

Было выяснено, что молодые люди с доходами ниже 15 тысяч рублей готовы ежемесячно откладывать на туризм 3% от общих доходов, с доходами от 15 до 30 тысяч рублей – 5%, с доходами от 30 до 45 тысяч рублей – 7%, с доходами от 45 до 60 тысяч рублей – 10%, с доходами от 60 до 75 тысяч рублей – 14%, с доходами свыше 75 тысяч рублей – 17%.

Выясним, каковы средние расходы молодых людей на туризм в России. Определим средневзвешенные годовые расходы молодых людей на туризм по следующей формуле:

$$\bar{p} = \frac{\sum w_i p_i}{\sum w_i} \quad (2.2)$$

где \bar{p} – средневзвешенные расходы;

w_i – вес (доля) значения;

p_i – значение переменной.

Для этого необходимо из результатов проведенного анкетирования выделить средний ежемесячный уровень доходов по каждой группе, определить величину расходов на туризм в месяц и в год. Предварительные расчеты представлены в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Предварительные расчеты для вычисления средневзвешенных расходов молодых людей на туризм

Номер группы	Ежемесячный уровень доходов, руб.	Средний ежемесячный уровень доходов, руб.	Доля расходов на туризм в месяц, %	Величина расходов на туризм в месяц, руб.	Величина расходов на туризм в год, руб.
1 группа	до 15 000	12 356	3	370,68	4 448,16
2 группа	15 000-30 000	18 348	5	917,40	11 008,8
3 группа	30 000-45 000	37 426	7	2 619,82	31 437,8
4 группа	45 000-60 000	54 512	10	5 451,20	65 414,4
5 группа	60 000-75 000	68 410	14	9 577,40	114 929
6 группа	свыше 75 000	91 324	17	15 525,10	186 301

Источник: разработана автором

Получаем, что средневзвешенные расходы молодых людей на туризм в год составляют $\bar{p}=53\,177,8$ рублей.

Можно сделать вывод, что благоприятное влияние на повышение туристской активности молодёжи оказывает положительная динамика финансового положения молодых людей. Так, количество малоимущих молодых людей в возрасте с 18 до 35 лет в России заметно сокращается: если в 2013 году 16,1% людей из этой возрастной группы попадали в эту категорию, то на 2019 год только 10,6%. Средняя зарплата молодых людей постепенно увеличивается, согласно данным Росстата. Государство обеспечивает особую финансовую поддержку молодым работникам практически во всех сферах. В подтверждение вышесказанному, на рисунке 2.13 представлена положительная динамика средних доходов молодых людей в России за последние 4 года.

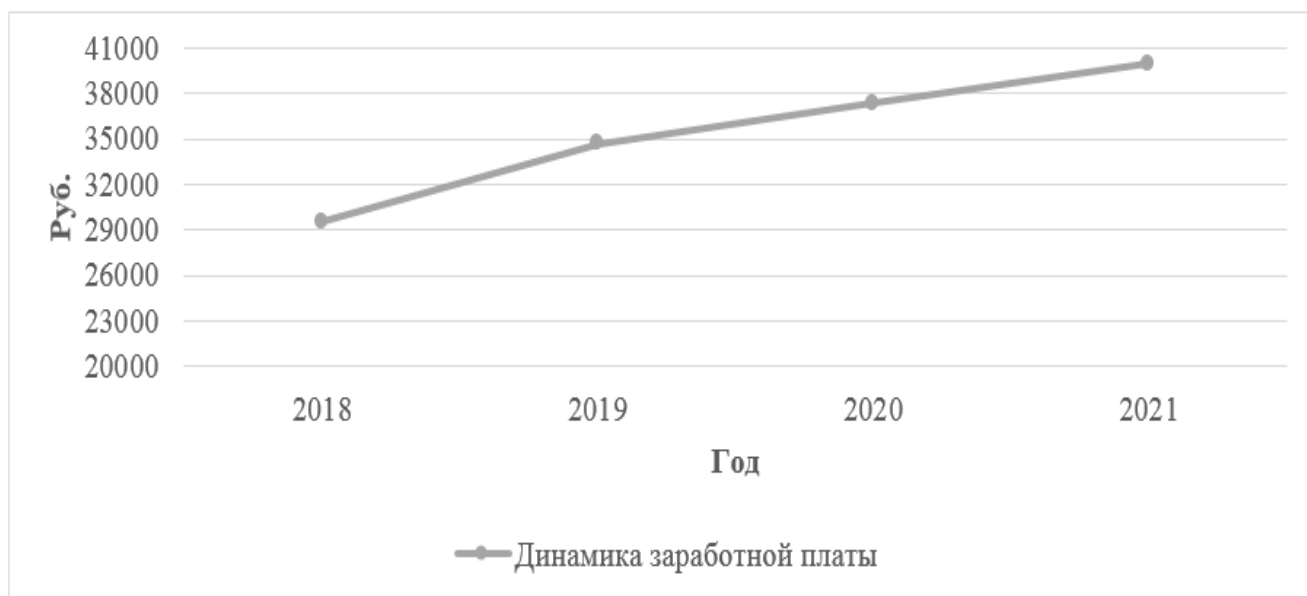


Рисунок 2.13 – Динамика средней заработной платы молодых специалистов в возрасте от 18 до 30 лет в России в 2018-2021 годах

Источник: разработан автором на основе [47]

Проведённое исследование показало наличие положительной тенденции в образовательном туризме: последние годы численность иностранных студентов в российских вузах увеличивалась (в 2019 году – 298 тысяч, в 2020 году – 315 тысяч, в 2021 году – 324 тысячи) [165].

Иностранные студенты, приезжая по обмену или для получения полноценного образования, относятся к категории образовательных туристов. Численность российских молодых людей, зачисленных на очную форму обучения по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры составило: в 2017/2018 учебном году – 2380,5 тыс. чел., в 2018/2019 – 2369,8 тыс. чел., в 2019/2020 – 2386,6 тыс. чел. [34]. Приобретая статус студента, молодой человек получает доступ к участию в студенческих обменах и может использовать студенческий билет для получения туристских скидок и льгот.

Анализируя динамику турпотоков за 2018-2021 годы, можно прийти к выводу, что темпы снижения объёмов внутреннего туристского потока значительно ниже, чем выездного. По данным Ассоциации туроператоров, в 2020 году общее число внутренних туристов сократилось примерно на 40% (с 68 млн.

туристов до 40 млн.), тогда как сокращение объёма потока выездных туристов составило 77,5%. Вместе с тем, доля организованного туризма по внутреннему рынку в этом же году выросла на 1%, а количество возвратных туристов, отдыхающих в России, увеличилось на 8-10%. В 2021 году общий внутренний турпоток был меньше уровня 2019 года примерно на 10%, тогда как поток выездных туристов меньше уровня 2019 года на 40% [158].

Выездной турпоток, состоящий из молодых людей, в 2020 году сократился примерно на 8 млн. чел, а в 2021 году – на 3 млн. чел. Происходит переориентация молодых туристов на внутренние туристские направления, за счет чего темпы снижения значительно меньше по сравнению с зарубежными направлениями.

Согласно данным Ассоциации туроператоров, в 2021 году молодежь выбрала для посещения такие направления, как Сочи (первое место) из-за возможности покупки экстремальных туров и пляжного отдыха, Санкт-Петербург (второе место) из-за посещения различных культурных достопримечательностей, Мурманск и Русский Север (третье место) из-за природных красот, Северный Кавказ (четвертое место) из-за экологического, спортивного и экстремального туризма [135].

В результате пандемии COVID-19 пострадали культурно-познавательный, спортивный, лечебно-оздоровительный, патриотический туризм. Ввиду определенных особенностей, в меньшей степени пострадал экстремальный туризм [26, 185, 197]. Популярность последнего у молодежи в 2020 и 2021 году возросла.

Рассмотрим структуру предложения на рынке молодежного туризма.

Важным показателем развития молодежного туризма может служить динамика количества хостелов в России, так как этот тип средств размещения ориентирован на непритязательную к условиям проживания молодежь. В хостелах, по данным российских исследований, останавливаются более 70% молодых туристов. Как уже было установлено на примере опыта Франции, увеличение числа хостелов влечет за собой увеличение турпотока молодых людей.

На рисунке 2.14 представлена динамика количества мест в хостелах России в период 2010-2020 годов.



Рисунок 2.14 – Суммарное количество мест в хостелах России за 2010-2020 годы
Источник: разработан автором на основе [32-33]

Так, в 2020 году общее число мест в хостелах России составило 182 тысячи, что на 17,5% больше, чем в 2018 году и почти в 5 раз больше, чем в 2010 году. Если в 2016 году в хостелах было размещено всего 857 тысяч человек, то уже в 2017 году – 2 147 тысяч человек, а в 2018 году – 4 988 тысяч человек [33]. Популярность хостелов среди молодого поколения стремительно возрастает по причине ценовой доступности и удобного месторасположения.

Тем не менее, на примере Краснодарского края можно увидеть, что развитие туристской отрасли в регионе может быть ориентировано на широкое привлечение инвестиций в элитный отдых и разработку дорогостоящих развлекательных услуг в ущерб низкобюджетному, но социально значимому молодежному туризму.

В 2021 году в туристскую отрасль Краснодарского края было инвестировано около 108 млрд. руб., больше 90% из которых были вложены в строительство четырех-пяти звездочных отелей и дорогих развлекательных комплексов [51]. При этом роста числа хостелов для молодежи практически не

наблюдается. Динамика основных показателей состояния рынка молодежного туризма в Краснодарском крае представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Динамика основных показателей состояния рынка молодежного туризма в Краснодарском крае

Показатели	Год			
	2017	2018	2019	2020
Инвестиции в зрелищно-развлекательную деятельность, млн. руб.	172	228	274	1152
Инвестиции в деятельность музеев, млн. руб.	18	14	32	31
Количество отелей (3-5 звезд), ед.	396	618	682	715
Количество хостелов, ед.	65	94	83	87
Доходы хостелов, млн. руб.	225,3	248,5	258,6	253,5
Пешие маршруты, ед.	227	247	251	244

Источник: разработано автором на основе [66-67]

С целью выяснения социально значимых молодежных видов туризма, то есть тех, которые представляют наибольшую ценность для общества в целом, был проведен социологический опрос, в котором приняло участие 1 036 человек возрастом от 18 лет. Опрос проводился методом онлайн-анкетирования. В опросе приняло участие 448 мужчин (43,3%) и 588 женщин (56,7%). Ошибка репрезентативности составила 7,5%. Предельная ошибка выборки составила: $\Delta = 0,036$ или 4,9%.

Респондентом был предложен перечень из 11 видов молодежного туризма, который необходимо было ранжировать в порядке значимости для общества. Результаты ранжирования представлены в таблице 2.11.

Из таблицы 2.11 видно, что, по мнению респондентов, наиболее значимыми для общества являются такие виды молодежного туризма, как культурно-познавательный ($\sigma^2 \approx 0,15$), лечебно-рекреационный ($\sigma^2 \approx 0,5$), образовательный ($\sigma^2 \approx 0,4$), патриотический ($\sigma^2 \approx 0,3$) и спортивный ($\sigma^2 \approx 0,2$). Наименее значимыми для общества являются экстремальный, экзотический, развлекательный разновидности молодежного туризма.

Таблица 2.11 – Результаты ранжирования молодежных видов туризма по степени значимости для общества по результатам анкетирования

Вид туризма	Место	σ^2 (межгрупповая дисперсия)
Культурно-познавательный	1	0,15
Лечебно-рекреационный	2	0,5
Образовательный	3	0,4
Патриотический	4	0,3
Спортивный	5	0,2
Экологический	6,5	0,2
Событийный	6,5	0,5
Развлекательный	8	1,3
Сельский	9	1,2
Экстремальный	10	0,06
Экзотический	11	0,09

Источник: разработана автором

В результате анализа факторов спроса и предложения, а также проведенного SWOT-анализа, результаты которого представлены в Приложении Д, можно выделить следующие тенденции рынка молодежного туризма в России: переориентация молодежи на внутренний туристский рынок, популяризация сервисов онлайн-бронирования и рост числа пользователей среди молодежи, рост инвестиций в элитный отдых и отсутствие стимулирования низкобюджетных средств размещения, повышение заинтересованности молодых туристов к экстремальному и развлекательному видам туризма при снижении посещаемости культурных объектов (особенно в условиях санитарно-эпидемиологических ограничений), сокращение пеших туристских маршрутов и палаточных лагерей.

Определим, какие факторы оказывают наиболее сильное влияние на развитие молодежного туризма.

Методом экспертных оценок определены наиболее существенные факторы развития молодежного туризма. На основе принципа компетентности, в июле 2021 года были отобраны 20 экспертов, каждому из которых было предложено ранжировать факторы по степени значимости. Коэффициент конкордации М. Кэнделла составил 0,92, что говорит о высокой степени согласованности экспертов в вопросе ранжирования факторов.

В результате ранжирования, к наиболее значимым факторам эксперты отнесли: величину и долю национального дохода, направляемого на социальные нужды, темп роста заработной платы, численность молодежи, объем низкобюджетных средств размещения, наличие льготно-скидочной системы на туристские услуги, уровень развития информационных сервисов, транспортную доступность туристских дестинаций.

Структуру свободного времени сложно оценить количественно, ввиду чего не будем оценивать силу ее влияния. В таблице 2.12 представлены обобщенные данные по динамике основных показателей рынка молодежного туризма в России.

Таблица 2.12 – Динамика основных показателей рынка молодежного туризма в России

Показатели	Год					
	2010	2017	2018	2019	2020	2021
Социально-демографические						
Численность молодых людей, тыс. чел. (X ₁), в т.ч.:	27687,2	25645,1	24312,5	21714,2	19043,4	30558,2
занятые, тыс. чел.	18070,1	19537,5	18769,4	15935,2	13846,2	н/д
обучающиеся, тыс. чел.	7049,8	4245,9	4161,7	4068,3	4049,3	н/д
безработные, тыс. чел.	1983,4	1364,3	1263,3	1167,0	1330,0	н/д
Численность иностранных студентов в российских вузах, тыс. чел.	118,2	243,3	247,0	298,1	315,2	н/д
Экономические						
Средняя заработная плата молодых людей, руб. (X ₂)	16350,3	27430,1	29560,4	34730,3	37370,2	48390,2
Объем государственных расходов на социальную политику, млн. руб. (X ₃)	2396,2	5025,4	4604,1	4870,0	6992,2	6407,3
Средняя стоимость турпакета, тыс. руб.	29,6	64,1	66,2	71,0	54,3	н/д
Полет в салоне эконом. класса самолета на 1000 км, руб.	6651,5	5158,2	5150,1	5639,0	5255,3	5482,2
Удельный вес расходов на туризм в общем объеме потребительских расходов, %	2,2	2,7	3,3	3,9	1,3	н/д
Средняя цена на билет в театр, руб.	432,2	659,4	673,1	726,2	709,4	831,8
Инфраструктурные						
Номерной фонд хостелов, ед. (X ₄)	11356	22949	37473	33796	34053	30526
Число баз отдыха, кемпингов, ед.	1954	2726	3930	4243	4467	н/д
Число лиц, размещенных в хостелах, тыс. чел.	1346,5	1984,0	3852,7	3342,1	1877,8	н/д

Продолжение таблицы 2.12

Число музеев местного ведения, ед.	2236	2 545	2 590	2 628	2 668	н/д
Цифровые						
Объем рынка совместного потребления, млрд. руб., (x_5)	63,3	392,1	511,4	769,0	1070,2	1232,3
Доля населения, использующая сеть Интернет для заказа туристских услуг, %	13,6	17,3	18,5	19,9	12,0	н/д
Доля молодежи, использующая сервисы онлайн-бронирования, %	74,3	81,2	84,3	87,2	88,3	н/д
Молодежный внутренний турпоток, млн. чел. (Y)	6,4	9,2	8,8	9,0	9,8	14,6

Источник: составлено автором на основе данных Росстата

Для подтверждения значимости влияния отобранных экспертами факторов на изменение внутреннего молодёжного туристского потока определим парную корреляцию между зависимыми факторами и результирующим фактором. Воспользуемся коэффициентом корреляции Пирсона, который рассчитывается по следующей формуле:

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x}\bar{y}}{\sigma_x\sigma_y} \quad (2.3)$$

где \bar{x} – среднее арифметическое значение для переменной x ,
 \bar{y} – среднее арифметическое значение для переменной y ,
 σ_x – среднеквадратическое отклонение по переменной x ,
 σ_y – среднеквадратическое отклонение по переменной y ,
 r_{xy} – коэффициент корреляции между зависимым и результирующим факторами.

Полученные промежуточные результаты расчетов и коэффициенты корреляции представлены в таблице 2.13.

Между зависимыми и результирующим факторами установлена умеренная (x_1), очень высокая (x_2), высокая (x_3), значительная (x_4) и очень высокая (x_5) сила связи, что подтверждает влияние данных факторов на уровень развития сектора молодежного туризма.

В результате, проведя анализ тенденций развития рынка молодежного туризма в России, можно сделать следующий вывод: в настоящее время в России сложилась ситуация, при которой в приоритете находится развитие элитного

отдыха в ущерб низкобюджетному, который является социально значимым для общества и государства.

Таблица 2.13 – Коэффициенты корреляции между зависимыми и результирующим фактором

Факторы x_i и Y	\bar{x}	\bar{y}	\overline{xy}	σ_x	σ_y	r_{xy}
x_1 и Y	24776,5	9,663	242225,1	3729,666	2,464	0,3857
x_2 и Y	32305	9,633	333735,667	9799,02	2,464	0,9331
x_3 и Y	5049	9,633	51328,9	1465,632	2,464	0,7449
x_4 и Y	28358,833	9,633	282855,767	8832,833	2,464	0,444
x_5 и Y	672,833	9,633	7316,767	399,293	2,464	0,849

Источник: рассчитано автором

Необходимо обеспечить развитие молодежного туризма таким образом, чтобы удовлетворить интересы как общества и государства, так и бизнес-сообщества. В этом может помочь формирование социально-экономической модели развития молодежного туризма. Однако прежде, необходимо сформировать научный подход к построению социально-экономической модели развития молодежного туризма в России, что будет сделано в следующем параграфе.

2.3 Научный подход к формированию социально-экономической модели развития молодежного туризма

Развитие молодежного туризма предполагает тесную интеграцию организационно-экономических и институциональных инструментов из различных сфер и направлений, таких как молодежная политика, туризм, образование, культура, спорт и т.д. Исследование зарубежного опыта показало, что только благодаря синергетическому эффекту экономической и социо-

культурной политики возможно добиться гармоничного, эффективного развития молодежного туризма не только как мощного ресурса увеличения турпотока, но и как средства воспитания и социализации молодого поколения.

Определить основные векторы развития молодежного туризма в России, учитывая специфику туристской отрасли, направить трансформационные силы по наиболее устойчивой и ясно прогнозируемой ветке аттрактора точки бифуркации данной сферы, а также объединить потенциал молодежи, бизнеса и государства возможно с помощью разработки эффективной, отвечающей сложившимся в стране рыночным отношениям, социально-экономической модели.

Моделирование представляет собой один из общенаучных методов исследования, который называют центральным методом в любой научной области и неотъемлемым этапом всякой целенаправленной деятельности. [25, 121]. «Большой экономический словарь» определяет моделирование как изучение каких-либо явлений, процессов или систем с помощью построения и дальнейшего анализа их моделей [10]. В «Большой советской энциклопедии» моделированием назван способ замещения оригинального объекта на его аналог, то есть модель [22]. В.Н. Волкова и В.Н. Козлов понимают под моделированием способ воспроизведения какого-либо фрагмента реальности или управления им [27].

По мнению одних ученых, моделирование является «творческим процессом», который достаточно сложно «заклЮчить в формальные рамки» [148, с. 267]. Другие ученые склонны считать, что этому методу присущи конкретные правила и этапы [105, 142]. Так или иначе, но все сходятся в том, что основным элементом процесса моделирования выступает построение модели.

В самом широком смысле, под моделью понимают отражение наиболее существенных свойств некоторого объекта [41]. Большинство авторов кратко трактуют модель: «форма существования знаний» [121], «отображение оригинала» [41], «упрощенное описание или представление объекта» [148], «образ, в котором отражены свойства оригинала» [41] и т.д. Тем не менее, некоторые ученые расширяют определение модели. Так, В.И. Нечаев и П.В. Михайлушкин в «Экономическом словаре» говорят о модели как об абстрактной

теоретической конструкции, у которой структура определяется «свойствами объекта, целями и характером исследований» [90, с. 199]. С.В. Звонарев в модели видит аналог реального объекта, который «отражает его характеристики в соответствии с заданной целью» [48, с. 36].

В целом, ученые сходятся во мнении, что модель должна отражать реальный объект только в той степени, в какой это необходимо для проведения исследования. Иными словами, набор свойств, которыми наделяется модель, определяется исходя из поставленных целей моделирования. Отсюда, можем дать следующее определение модели: это упрощенное подобие реального объекта, процесса или явления, которое отражает существенные особенности реального объекта, процесса или явления, отвечающие целям моделирования.

Несмотря на существование общих подходов к пониманию модели, особенности разработки и содержания моделей в различных науках могут отличаться.

Под экономическими моделями принято понимать формализованное описание изучаемых объектов, явлений и процессов экономической действительности [142]. Экономическая модель состоит из элементов, которые должны быть представлены во взаимосвязи, отражающей целостность моделируемой экономической системы.

Всё многообразие экономических моделей можно разделить на три вида по степени детализации экономической системы:

- концептуальные - отражают только общую сущность экономической системы, фиксируют основные элементы и связи между ними;
- структурные - включают внешнюю среду, внутреннюю структуру и искомые характеристики экономической системы;
- функциональные - описывают экономическую систему без учета внутренней структуры;

Выбор детализации модели зависит от поставленных целей.

Молодежный туризм представляет собой макроэкономическую систему, состоящую из совокупности взаимодействующих элементов на различных

уровнях управления, прежде всего: субъектов управления, объекта управления и воздействия субъектов на объект. Модель развития молодежного туризма включает в себя все эти элементы, конкретизируя каждый из них и устанавливая взаимосвязи между ними. В результате построения модели, можно предложить мероприятия по улучшению функционирования некоторых элементов, что приведет к повышению эффективности работы всей системы молодежного туризма. Место разработки модели в развитии системы молодежного туризма представлено на рисунке 2.15.

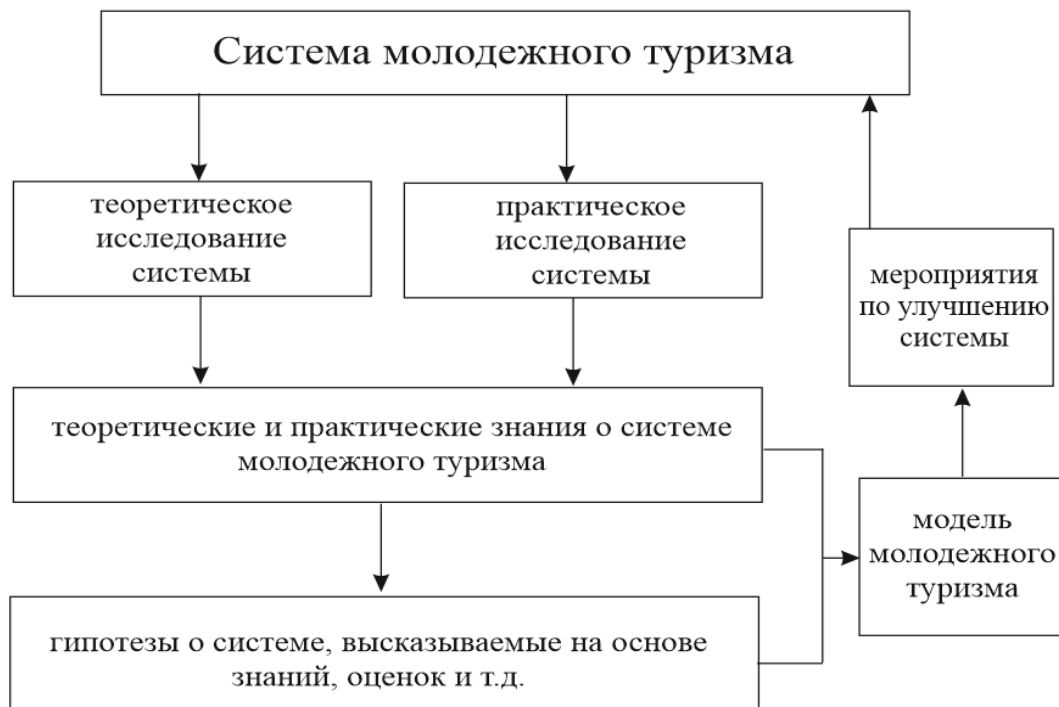


Рисунок 2.15 – Место разработки модели в развитии системы молодежного туризма

Источник: разработан автором

Разработка и построение модели развития молодежного туризма будет осуществляться в соответствии с рядом требований, предъявляемых к экономическим моделям [25, 48]:

– адекватность (совпадение свойств модели со свойствами реального объекта. Модель должна достоверно передавать ключевые особенности объекта);

- конечность (в модели отображается лишь исчислимый перечень свойств реального объекта, причем такой, который будет способен изучать исследователь);
- упрощенность (отображаемые моделью свойства реального объекта должны быть существенны и необходимы, от всех других следует избавиться);
- приближительность (модель отражает реальный объект лишь частично, приближенно, в той степени, в которой этого достаточно);
- информативность (содержание в модели всей необходимой информации).

При разработке модели развития молодёжного туризма следует учитывать детерминированное синергетическое свойство, возникающее при объединении структурных элементов модели и возникновении между ними межуровневых взаимосвязей, обеспечивающих увеличение общего эффекта от внедрения модели.

В ходе разработки модели развития молодёжного туризма необходимо учитывать субъективный характер блока управления, который может проявляться в использовании искажённой и несвоевременной информации в процессе управления, а также в принятии некомпетентных или заведомо неверных управленческих решений оппортунистического характера.

Соблюдение всех перечисленных требований позволит построить такую модель, которая будет достоверно отражать систему функционирования молодёжного туризма. Разработка модели молодёжного туризма состоит из нескольких последовательно сменяющих друг друга этапов, которые представлены на рисунке 2.16. На первом этапе происходит определение основных характеристик модели: формулируются цели и принципы развития молодёжного туризма, выявляются существенные элементы модели. На втором этапе происходит собственно построение модели развития молодёжного туризма: определяются факторы воздействия внешней среды (при необходимости), формируется внутренняя структура. На третьем этапе происходит проверка соответствия модели поставленным целям. Если взаимодействие элементов приводит к достижению необходимого результата, значит, модель построена верно. Если между элементами отсутствуют взаимосвязи или их недостаточно,

чтобы получить необходимый результат, значит, необходима корректировка модели.



Рисунок 2.16 – Этапы разработки модели развития молодежного туризма

Источник: разработан автором

Первым и наиболее ответственным шагом всегда является постановка целей. Цели определяют стратегию и тактику развития системы, задают направление работы всем структурным элементам системы. Для определения всей совокупности целей, достижение которых должно способствовать развитию молодежного туризма в стране, а также установления взаимосвязи между ними, был использован такой методологический инструмент, как «дерево целей».

Дерево целей представляет собой простой неориентированный граф, который выражает отношение между вершинами, являющимися этапами при достижении какой-либо одной главной цели [5, 152]. Используя метод

декомпозиции, генеральная цель последовательно раскладывается на менее объемные цели в соответствии со структурой ее логического объема. Достижение целей более низкого порядка неизбежно приведет к выполнению целей более высокого порядка и, в результате, генеральной цели. Необходимо следовать нескольким правилам при построении дерева целей: [3, 46]

- из формулировки общей цели должен быть четко понятен конечный результат;

- развертывание каждой цели в иерархическую цепь подцелей осуществляют таким образом, чтобы количество выделяемых подцелей являлось необходимым и достаточным условием для реализации цели более высокого уровня;

- элементы более низкого уровня должны быть независимыми друг от друга и не выводимыми друг из друга;

- фундаментом дерева целей должны выступать относительно конкретные мероприятия, выполнение которых возможно подвергнуть расчету по времени, ресурсам и иным затратам.

Первым шагом построения дерева целей является определение генеральной цели или, иначе, цели нулевого порядка. Она должна содержать описание конечного результата и являться основой всего процесса целеполагания. Генеральная цель сформулирована следующим образом: «Развитие молодежного туризма».

Далее происходит последовательное разделение генеральной цели на цели более низкого порядка по четырем основаниям.

Основание 1. В качестве основания для декомпозиции первого уровня выступают три цели молодежного туризма: духовно-нравственная, культурно-образовательная и экономическая.

Основание 2. Декомпозиция целей второго уровня основывается на конечных продуктах, предназначенных для потребления молодыми туристами. Конечными продуктами выступают молодежные туры.

Основание 3. Декомпозиция целей третьего уровня основана на стадиях жизненного цикла молодежного турпродукта. Жизненный цикл каждого конечного молодежного турпродукта включает: выявление потребности в таком турпродукте, производство турпродукта, потребление турпродукта молодыми туристами.

Основание 4. Декомпозиция целей четвертого уровня основана на ресурсном обеспечении развития молодежного туризма. Выделены материально-техническое, кадровое, финансовое и информационное ресурсное обеспечение (рисунок 2.17).

Получаем, что развитие молодежного туризма связано с реализацией духовно-нравственной, культурно-образовательной и экономической целей, которые, в свою очередь, направлены на создание конечных турпродуктов: туров духовно-нравственной направленности, туров культурно-образовательной направленности и туров коммерческой направленности. Каждый из перечисленных молодежных туров проходит три стадии жизненного цикла: выявление потребности в турпродукте, производство турпродукта и потребление турпродукта. На каждом этапе жизненного цикла турпродукта используются определенные ресурсы. Все ресурсы разделены на четыре группы: финансовые, инфраструктурные, кадровые и материально-технические.

Следующим шагом построения модели является формулировка принципов развития молодежного туризма. Под ними следует понимать руководящие идеи, которые лежат в основе разработки всех планов и мероприятий по развитию молодежного туризма на всех уровнях управления.

Принципы можно разделить на общие, которые характерны для всей туристской отрасли в целом, и специальные, которые учитывают особенности сектора молодежного туризма.

I. Общие принципы

1. Принцип системности.

Молодежный туризм должен рассматриваться как единая совокупность взаимосвязанных, взаимозависимых составляющих, которые постоянно

взаимодействуют между собой. Развитие молодежного туризма есть ни что иное, как совершенствование отдельных его элементов и укрепление формализованных взаимосвязей между ними. Создание туристского продукта для молодежи – результат эффективно функционирующей системы молодежного туризма.

2. Принцип целеполагания.

Процесс поиска путей развития молодежного туризма должен осуществляться с помощью разделения каждой выделенной цели на совокупность структурно более детализированных подцелей, пока не будут определены конечные конкретные мероприятия.

3. Принцип научности.

Все мероприятия по развитию молодежного туризма на всех уровнях управления должны опираться на имеющиеся социально-экономические данные и соответствовать общепринятым научным сообществом требованиям и методикам. В приоритете – объективная составляющая, подтверждаемая строгими расчетами и выкладками.

II. Специальные принципы

1 принцип – принцип социальной значимости молодежного туризма.

Этот принцип предполагает обращение не только к экономической роли туризма, но в большей степени к его социальному значению. Туризм играет духовно-воспитательную, просветительскую, социализирующую, ценностно-ориентационную функцию для молодежи. Благодаря путешествиям в молодых людях может крепнуть чувство уважения к родине, осознание необъятности ее границ и природных богатств, трудного исторического пути и богатого культурного наследия. С другой стороны, именно всесторонне образованных, гармонично развитых в духовном и физическом плане, патриотически ориентированных молодых людей ожидает видеть государство как основу будущего России. Можно утверждать, что социальное значение молодежного туризма имеет не только такое же важное значение, как и экономическая роль, но даже превышает его.

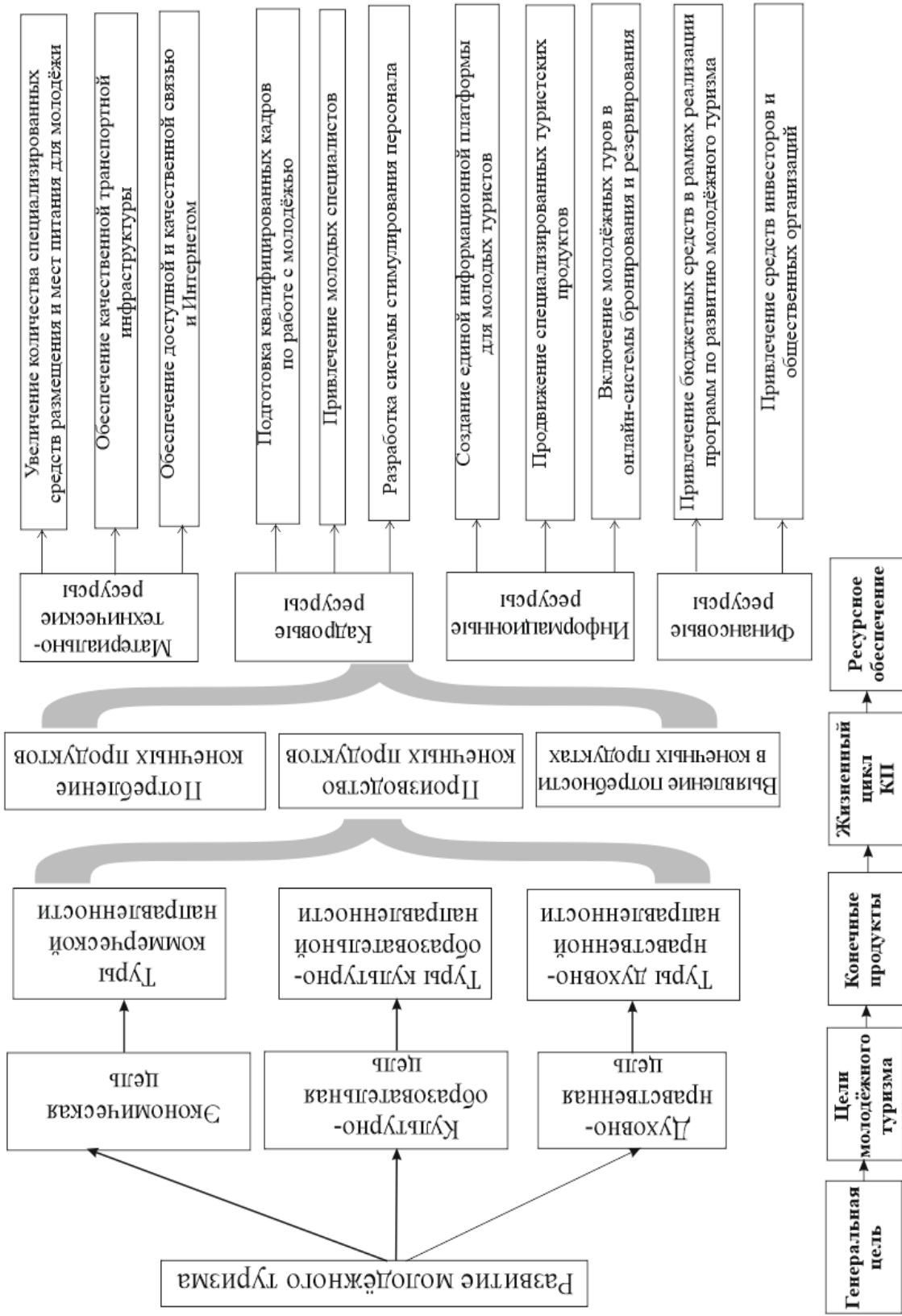


Рисунок 2.17 – «Дерево целей» развития молодёжного туризма

Источник: разработан автором

2 принцип – принцип соблюдения баланса интересов и возможностей

Необходимо учитывать специфику интересов и возможностей каждой составляющей молодежного туризма. Финансовые и временные ресурсы молодежи, социальные и экономические приоритеты государства, ключевые показатели и направления деятельности туристического бизнеса. Без учета особенностей производителей и потребителей услуг невозможно разработать адекватный комплекс мер. Так, например, следует принять во внимание, что среди молодых людей есть обеспеченные финансовой поддержкой родителей и зарабатывающие самостоятельно; имеющие свободное время в зависимости от времени каникул (постоянное) или времени отпуска (изменяющееся); живущие в хорошей транспортной доступности от туристических маршрутов или в регионе с проблемами логистики и т.д. Точно также различается семейное положение и предпочтения.

3 принцип – принцип приоритетности внутреннего туризма

Все мероприятия должны быть прежде всего направлены на развитие внутреннего туризма, а уж затем – въездного. Обеспечение именно граждан своей страны достойными условиями получения туристских услуг является одним из приоритетов государства. Молодые люди предпочитают покупать туры в зарубежные страны, поскольку соотношение «цена-качество», по их мнению, у таких туров выше, чем внутрироссийских. Необходимо искать способы преодоления такой ситуации.

4 принцип – принцип интеграции органов управления различных сфер.

Обозначает необходимость привлечения к обеспечению развития молодежного туризма органов управления из экономической, социальной и иных сфер в комплексе, при их постоянном взаимодействии друг с другом.

Определив цели и принципы развития молодежного туризма, далее целесообразно перейти к формированию содержания модели развития молодежного туризма. Кроме субъектов управления, воздействующих на управляемую систему для достижения поставленной генеральной цели, используя функции управления, методы управления, технику и технологию

управления, доступные ресурсы, объектов управления и результатов управления, важными элементами социально-экономической модели развития молодежного туризма являются элементы внешней среды - факторы развития и национальные цели.

Важно отметить, что достижение целей развития молодежного туризма будет способствовать достижению национальных целей развития Российской Федерации. В таблице 2.14 показана взаимосвязь национальных целей и целей развития молодежного туризма.

Таблица 2.14 - Взаимосвязь национальных целей и целей развития молодежного туризма

Национальная цель	Показатель	Цель развития молодежного туризма	Вид молодежного туризма
Сохранение населения, здоровье и благополучие людей	Увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом	Культурно-образовательная	Спортивный
Возможности для самореализации и развития талантов	Создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей, исторических и национально-культурных традиций	Духовно-нравственная	Исторический, патриотический
	Увеличение числа посещений культурных мероприятий	Культурно-образовательная	Событийный
Достойный и эффективный труд и успешное предпринимательство	Обеспечение темпа роста ВВП страны выше средне мирового	Экономическая	Развлекательный

Источник: разработано автором на основе [92]

Достижение духовно-нравственной цели развития молодежного туризма будет способствовать реализации таких заданных национальными

целями направлений, как воспитание на основе исторических и национально-культурных традиций, сохранение и развитие исторических и национально-культурных традиций.

Достижение культурно-образовательных целей молодёжного туризма будет способствовать повышению привлекательности культуры и развитию инфраструктуры культуры. Так, например, одним из показателей достижения национальных целей является число посещений мероприятий организаций культуры. Формирование специализированного культурно-образовательного турпродукта как результата достижения культурно-образовательной цели приведет к увеличению посещения молодыми туристами культурных мероприятий.

Выявленная тенденция к снижению количества пеших туристских маршрутов и их низкая информационная обеспеченность приводит к уменьшению вовлеченности молодёжи в спортивный туризм, что как следствие, отрицательно сказывается на национальной цели увеличения доли граждан, занимающихся физической культурой и спортом. То есть, достижение культурно-образовательных целей также будет способствовать достижению этой национальной цели.

Необходимым условием успешного функционирования модели развития молодёжного туризма является наличие устойчивой обратной связи от объекта управления к субъекту [98], что позволяет осуществлять проверку модели и её последующую корректировку.

Таким образом, исследовав организационно-экономическое обеспечение развития молодёжного туризма в России, был выявлен ряд существенных проблем и негативных тенденций, которые могут быть устранены посредством формирования социально-экономического модели развития молодёжного туризма.

Глава 3 Социально-экономическая модель развития молодежного туризма в России

3.1 Формирование социально-экономической модели развития молодежного туризма в России

Построение социально-экономической модели развития молодежного туризма целесообразно начать с уточнения субъектно-объектного состава.

Под субъектами управления молодежного туризма понимаются государственные органы управления на трех уровнях власти: федеральном, региональном и муниципальном. Как было установлено, специализированных субъектов управления молодежным туризмом не существует, а потому сюда относятся все те, которые прямо или косвенно затрагивают вопросы развития молодежного туризма в стране.

Субъекты управления молодежным туризмом на федеральном уровне:

- а) Министерство спорта РФ;
- б) Министерство культуры РФ;
- в) Министерство науки и высшего образования РФ;
- г) Министерство экономического развития РФ;
- д) Федеральное агентство по делам молодежи;
- е) Федеральное агентство по туризму.

На региональном и муниципальном уровнях субъекты управления представлены отраслевыми органами управления.

В результате управленческого воздействия достигается поставленная цель – разработка специализированного молодежного турпродукта.

Объектом управленческого воздействия выступают некоммерческие и коммерческие организации, связанные с производством молодежного

турпродукта. На федеральном уровне объектами управления могут выступать:

- а) «Российский союз молодежи»;
- б) «Центр детско-юношеского туризма, краеведения и организации отдыха»;
- в) «Центр исследования и развития молодежного туризма»;
- г) «Центр молодежных исследований» и т.д.

К коммерческим организациям, осуществляющим деятельность в секторе молодежного туризма, относятся:

- а) средства размещения;
- б) предприятия общественного питания;
- в) транспортные компании;
- г) предприятия, предоставляющие развлекательные услуги;
- д) предприятия розничной торговли и т.д.

Модель развития молодежного туризма в России представлена на рисунке 3.1.

Рассмотрим подробнее содержание модели развития молодежного туризма. К основным функциям управления системой молодежного туризма относятся: планирование, организация, мотивация, координация и контроль.

Планирование в секторе молодежного туризма должно осуществляться на основе разработки стратегических документов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления; прогнозирования основных показателей молодежного туризма, таких как объем молодежного турпотока и число специализированных средств размещения для молодежи; учета внешних и внутренних факторов, влияющих на молодежный туризм. В основу развития молодежного туризма могут быть положены годовые планы по организации специальных всероссийских или региональных молодежных туров, приуроченных к праздникам: Дню защитника Отечества, Дню Победы, Дню России и т.д. Представляется возможным сотрудничество органов управления с центрами планирования и прогнозирования,

организациями по изучению общественного мнения и центрами молодежных исследований, как это практикуется в зарубежных странах.

Организация как функция управления молодежным туризмом предполагает формирование эффективной организационной структуры с созданием центров управления молодежным туризмом, распределением функциональных обязанностей между существующими органами управления и нормативно-правовым обеспечением всей деятельности. Необходимо обеспечить взаимодействие между государственными органами управления и другими участниками рынка молодежного туризма, которого в настоящее время не существует.

Мотивация в управлении системой молодежного туризма призвана обеспечить высокую заинтересованность в качественном и добросовестном выполнении своих обязанностей всех работников органов управления, с одной стороны, и стимулировать деятельность всех участников рынка молодежного туризма, с другой стороны. Здесь важно учитывать конкретные особенности различных объектов мотивации.

Координация как функция управления системой молодежного туризма предполагает создание горизонтальных и вертикальных коммуникационных связей между всеми участниками процесса управления. Особое место здесь занимает информационное обеспечение. Коммерческие и некоммерческие организации должны взаимодействовать между собой и государством для создания качественного молодежного турпродукта. Молодые люди как потребители турпродукта также могут быть вовлечены в процесс его создания.

Контроль как функция управления системой молодежного туризма призван устанавливать соответствие между достигнутыми результатами и поставленными целями. Специализированные государственные органы проводят мониторинг деятельности предприятий туристской сферы, оценку качества конечного молодежного турпродукта.

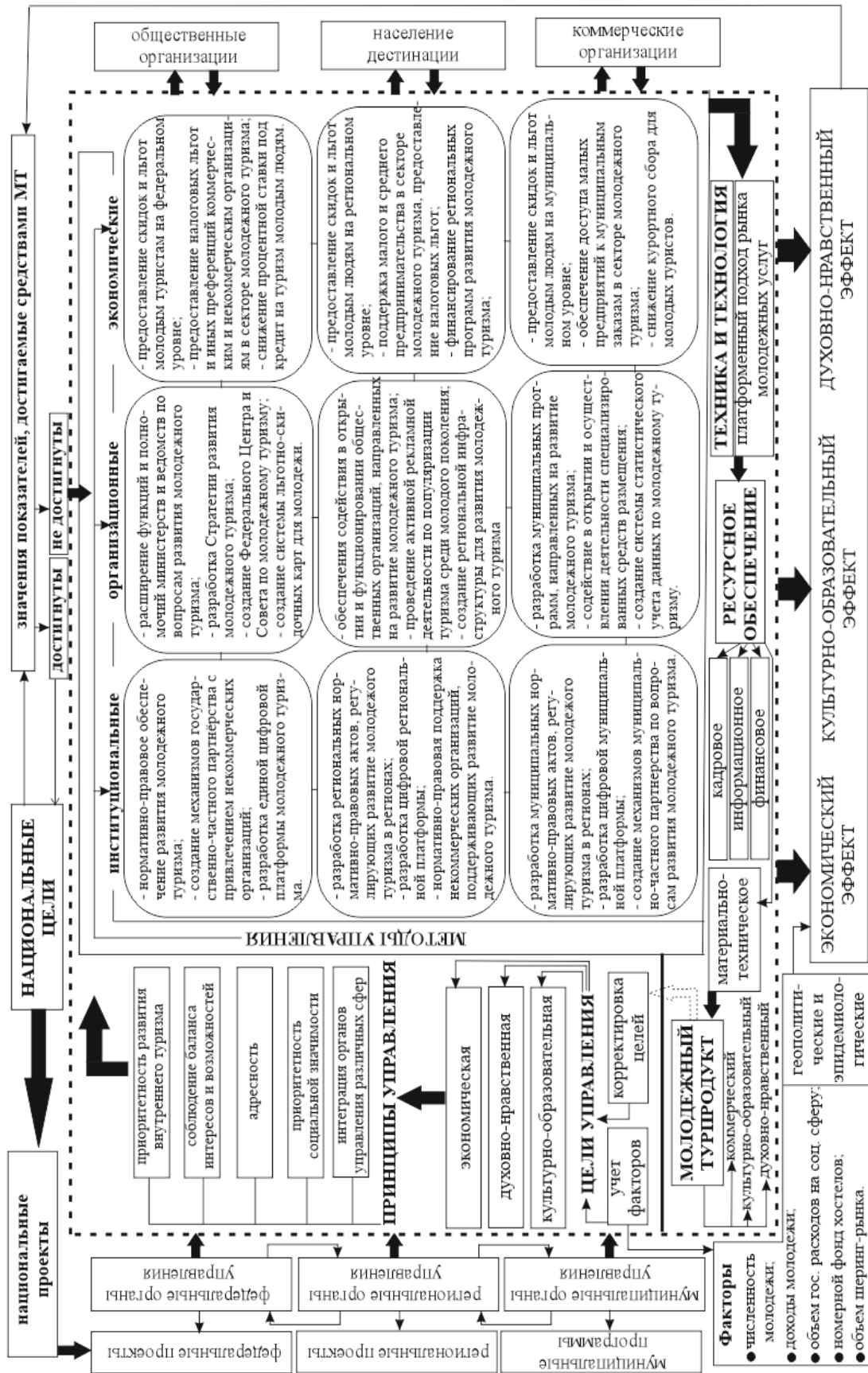


Рисунок 3.1 – Модель развития молодежного туризма в России

Источник: разработан автором

В этом процессе также необходимо учитывать специфику молодежи как потребителя туристских услуг.

Под методами управления молодежным туризмом понимается набор средств и приемов воздействия, при помощи которых реализуются функции управления. Модель развития молодежного туризма включает в себя три основные группы методов: институциональные, организационные и экономические. Методы и инструменты обеспечения развития молодежного туризма на трех уровнях управления представлены в таблице 3.1.

Рассмотрим последовательно каждую группу методов.

I. Институциональные методы развития молодежного туризма.

Институциональные методы призваны создать благоприятную среду для развития молодежного туризма в стране. К институциональным методам относятся:

1. Нормативно-правовое обеспечение развития молодежного туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровне.

Нормативно-правовые акты очерчивают круг возможностей субъектов-участников сектора молодежного туризма, за границы которого они не имеют право выходить.

2. Создание механизмов государственно-частного партнерства с привлечением некоммерческих организаций;

3. Разработка единой цифровой платформы.

Цифровая платформа объединит всех участников сектора молодежного туризма, предоставляя необходимую информацию как поставщикам молодежных турпродуктов, так и их потребителям.

II. Организационные методы развития молодежного туризма.

Данный набор методов призван создать системный последовательный процесс планирования, организации, координации и контроля развития молодежного туризма в России на трех уровнях управления.

- а) расширение функций и полномочий государственных органов по вопросам развития молодежного туризма;

Таблица 3.1 - Методы и инструменты обеспечения развития молодежного туризма

Цели управления	Методы и инструменты управления		Объекты управления	
	институциональные	организационные		экономические
<p>Экономические (повышение молодежного турпотока);</p> <p>Культурно-образовательные (развитие культурно-образовательных видов молодежного туризма);</p> <p>Духовно-нравственные (развитие духовно-нравственных видов молодежного туризма)</p>	<p>1. Нормативно-правовое обеспечение развития молодежного туризма;</p> <p>2. Создание механизмов государственно-частного партнерства с привлечением некоммерческих организаций;</p> <p>3. Разработка единой цифровой платформы.</p>	<p>1. Расширение функций и полномочий министерств и ведомств по вопросам развития молодежного туризма;</p> <p>2. Создание Федерального Центра молодежного туризма;</p> <p>3. Создание федерального Совета по молодежному туризму.</p> <p>4. Разработка Стратегии развития молодежного туризма;</p> <p>5. Разработка федеральных программ развития молодежного туризма;</p> <p>6. Создание федерального фонда поддержки образовательного туризма;</p> <p>7. Обеспечение взаимодействия государства, коммерческих и некоммерческих организаций по вопросам развития молодежного туризма;</p> <p>8. Пропаганда молодежного туризма;</p> <p>9. Создание системы льготно-скидочных карт для молодежи с привлечением коммерческих и некоммерческих организаций;</p> <p>10. Создание системы статистического учета данных по молодежному туризму.</p>	<p>1. Предоставление скидок и льгот молодым туристам на федеральном уровне;</p> <p>2. Предоставление налоговых льгот и иных преференций коммерческим и некоммерческим организациям в секторе молодежного туризма;</p> <p>3. Снижение процентной ставки под кредит на туризм молодым людям;</p> <p>4. Упрощение процедур кредитования предприятий, осуществляющих деятельность в секторе молодежного туризма;</p> <p>5. Финансирование федеральных программ развития молодежного туризма;</p> <p>6. Субсидирование учреждений, осуществляющих деятельность по развитию молодежного туризма.</p>	<p>– производители продукта молодежного туризма;</p> <p>– посредники в реализации молодежного турпродукта (туроператоры, турагентства);</p> <p>– некоммерческие организации;</p> <p>– транспортные компании;</p> <p>– средства размещения;</p> <p>– предприятия питания;</p> <p>– предприятия, предоставляющие услуги досугового характера;</p> <p>- предприятия розничной торговли.</p>
Федеральные органы управления				

Продолжение таблицы 3.1

Региональные органы управления	<p>Экономические (повышение регионального молодежного турполюса);</p> <p>Культурно-образовательные (развитие культурно-образовательных видов молодежного туризма);</p> <p>Духовно-нравственные (развитие духовно-нравственных видов молодежного туризма)</p>	<p>1. Нормативно-правовое обеспечение развития молодежного туризма в регионах;</p> <p>2. Создание механизмов государственно-частного партнерства с привлечением некоммерческих организаций на региональном уровне;</p> <p>3. Разработка региональной цифровой платформы;</p>	<p>1. Создание региональных Центров молодежного туризма;</p> <p>2. Создание региональных Советов по молодежному туризму;</p> <p>3. Обеспечение содействия в открытии и функционировании общественных региональных организаций, направленных на развитие молодежного туризма;</p> <p>4. Проведение активной рекламной деятельности, направленной на популяризацию туризма среди молодого поколения;</p> <p>5. Усиление взаимодействия региональных органов власти с коммерческими и некоммерческими организациями по вопросам развития молодежного туризма;</p> <p>6. Разработка региональных программ развития молодежного туризма;</p> <p>7. Создание региональной инфраструктуры для развития молодежного туризма;</p> <p>8. Содействие коммерческим организациям и НКО в присоединении к системе льготно-скидочных карт для молодых людей.</p>	<p>1. Предоставление скидок и льгот молодым людям на региональном уровне;</p> <p>2. Поддержка малого и среднего предпринимательства в секторе молодежного туризма, предоставление налоговых льгот (снижение налога на прибыль);</p> <p>3. Финансирование региональных программ развития молодежного туризма;</p> <p>4. Создание благоприятного инвестиционного климата для вложений в экономику региона (в туристскую отрасль);</p> <p>5. Субсидирование учреждений, осуществляющих деятельность по развитию молодежного туризма.</p>	<p>– производители продукта</p> <p>молодежного туризма;</p> <p>– посредники в реализации молодежного турпродукта (туроператоры, турагентства);</p> <p>– некоммерческие организации;</p> <p>– транспортные компании;</p> <p>– средства размещения;</p> <p>– предприятия питания;</p> <p>– предприятия, предоставляющие услуги досугового характера;</p> <p>- предприятия розничной торговли.</p>
--------------------------------	--	--	---	---	---

Продолжение таблицы 3.1

	Муниципальные органы управления	<p>1. Повышение молодежного турпотока); Культурно-образовательные (развитие культурно-образовательных видов молодежного туризма); Духовно-нравственные (развитие духовно-нравственных видов молодежного туризма)</p>	<p>1. Создание Центров молодежного туризма; 2. Разработка программ, направленных на развитие молодежного туризма; 3. Обеспечение открытости и общественной ответственности на развитие молодежного туризма; 4. Проведение активной рекламной деятельности, направленной на популяризацию туризма среди молодого поколения; 5. Обеспечение взаимодействия с молодежью по вопросам развития молодежного туризма на муниципальном уровне; 6. Обеспечение образовательными учреждениями по туризму; 7. Содействие в открытии и осуществлении деятельности хостелов на территории муниципалитета. 8. Создание системы статистического учета данных по молодежному туризму.</p>	<p>1. Предоставление скидок и льгот молодым людям на муниципальном уровне; 2. Финансирование муниципальных программ, направленных на развитие молодежного туризма; 3. Обеспечение доступа малых предприятий к муниципальным заказам в секторе молодежного туризма; 4. Финансовая поддержка образовательных учреждений в части развития образовательного туризма; 5. Снижение курортного сбора для молодых туристов.</p>	<p>– производитель продукта молодежного туризма; – посредники в реализации молодежного турпродукта (туроператоры, турагентства); – некоммерческие организации; – транспортные компании; – средства размещения; – предприятия питания; – предприятия, предоставляющие услуги досугового характера; – предприятия розничной торговли.</p>
--	---------------------------------	--	---	---	---

Источник: разработана автором

- б) создание Советов по молодежному туризму;
- в) создание Центров молодежного туризма;
- г) разработка Стратегии развития молодежного туризма;
- д) разработка федеральных программ развития молодежного туризма;
- е) создание федерального фонда поддержки образовательного туризма;
- ж) обеспечение взаимодействия государства, коммерческих и некоммерческих организаций по вопросам развития молодежного туризма;
- з) проведение активной рекламной деятельности, направленной на популяризацию туризма среди молодого поколения;
- и) создание системы льготно-скидочных карт для молодежи с привлечением коммерческих и некоммерческих организаций;
- к) создание системы статистического учета данных по молодежному туризму;
- л) организация сотрудничества с центрами планирования и прогнозирования;
- м) обеспечения содействия в открытии и функционировании общественных организаций, направленных на развитие молодежного туризма;
- н) создание инфраструктуры для развития молодежного туризма;
- о) обеспечение контроля качества и уровня цен на молодежный турпродукт.

Советы по молодежному туризму призваны объединить представителей государственных органов, отвечающих за развитие туризма и молодежную политику. Например, на Федеральном уровне в Совет войдут представители Агентства по туризму и Агентства по делам молодежи. Центры молодежного туризма будут обеспечивать разработку конкретных мероприятий по развитию молодежного туризма в стране.

Стратегия развития молодежного туризма позволит зафиксировать приоритетные направления развития сектора молодежного туризма, конкретные показатели и сроки достижения целей. Сотрудничество с

центрами прогнозирования и планирования на всех уровнях власти будет содействовать определению тенденций развития сектора молодежного туризма и своевременному реагированию на возможные угрозы. Благодаря координатору по вопросам молодежи и туризма, а также регулярным встречам между всеми участниками молодежного туризма, будет поддерживаться постоянный диалог и обмен предложениями по развитию молодежного туризма в стране. Важным источником понимания реальной ситуации в секторе может стать проведение ежегодной всероссийской конференции, на которой будут озвучиваться проблемы развития молодежного туризма и предложения по их преодолению. Одним из вариантов контроля возможна ежегодная публикация отчетов по проделанной работе в секторе молодежного туризма, в том числе в виде статистических и аналитических сборников.

Со стороны государства необходимо всяческое поощрение и поддержка в открытии и функционировании некоммерческих организаций, деятельность которых направлена на развитие молодежного туризма в стране. Кроме того, следует обеспечить более тесное взаимодействие между государственными органами, коммерческими и некоммерческими организациями.

III. Экономические методы развития молодежного туризма

Данный набор методов призван создать систему экономического стимулирования молодых людей к путешествиям по России. С одной стороны, стимулы прямо воздействуют на молодых людей, мотивируя их заниматься туризмом, с другой стороны, стимулы воздействуют на деятельность коммерческих и некоммерческих организаций, которые, в конечном итоге, создают благоприятную среду для молодежных путешествий.

К экономическим методам относятся:

- а) предоставление скидок и льгот молодым туристам;

- б) предоставление налоговых льгот и иных преференций коммерческим и некоммерческим организациям в секторе молодежного туризма;
- в) снижение процентной ставки под кредит на туризм молодым людям;
- г) упрощение процедур кредитования предприятий, осуществляющих деятельность в секторе молодежного туризма;
- д) финансирование федеральных программ развития молодежного туризма;
- е) субсидирование учреждений, осуществляющих деятельность по развитию молодежного туризма;
- ж) снижение курортного сбора для молодых туристов.

К скидкам и льготам для молодежи относятся скидки на межрегиональный проезд (поезда дальнего следования, авиаперелеты); на региональный проезд (поезда, электрички, междугородние автобусы); проживание (всероссийские гостиничные цепи, федеральные базы отдыха); посещение отдельно взятых объектов культурного наследия федерального уровня и иных мест, представляющих интерес для молодежи; на всероссийские туры; на посещение культурно-познавательных объектов регионального уровня; на питание в сети региональных столовых; на региональные молодежные туры. То есть совокупность скидок, позволяющих молодым людям по льготной системе получить полный пакет туристических услуг. В свою очередь, предприятия, осуществляющие деятельность по оказанию услуг в сфере молодежного туризма (например, турагентства, базы отдыха, музеи, магазины по розничной продаже сувениров патриотического характера) могут иметь налоговые льготы (например, по таким налогам, как НДС и налог на прибыль).

По аналогии с зарубежным опытом развития молодежного туризма, в нашей стране целесообразно внедрить систему специальных кредитов и займов для молодежи в государственных банках непосредственно под туристские поездки со специальной низкой процентной ставкой и увеличенным сроком выплат. Процент может варьироваться в зависимости

от социальной значимости тура и положения молодого человека: студент или работающий. Кроме того, за приобретение по банковской карте молодежных туров или билетов на объекты культурного, исторического и иного просветительского характера должен начисляться кэшбек или иной бонусный балл. Кроме того, необходимо установить упрощенную процедуру кредитования инвестиционных проектов в сфере молодежного туризма.

С целью развития образовательного туризма, необходимо создание специального фонда по молодежному туризму, из которого могут выделяться средства на реализацию образовательных туристских проектов, выигравших федеральный конкурс, или на финансирование образовательных студенческих внутрироссийских обменов.

Все перечисленные методы и инструменты нацелены на формирование наиболее общих условий обеспечения развития молодежного туризма в стране. Тем не менее, возможно сделать акцент на развитии культурно-образовательного и духовно-нравственного видов молодежного туризма. Для этого необходимо предоставлять адресную экономическую поддержку предприятиям и организациям и проводить определенные организационные мероприятия. Эту идею иллюстрирует рисунок 3.2.

То есть, особую поддержку могут получать те предприятия и организации, которые занимаются предоставлением культурно-образовательного и духовно-нравственного молодежного турпродукта. Молодые люди, выбирая эти виды туризма, также могут получать большие скидки и льготы, что будет стимулировать их обращать внимание именно на социально значимый турпродукт.

В структуре управления молодежным туризмом важное место занимает техника и технология управления. Одними из наиболее значимых технологий управления являются:

I. Технологии создания молодежного турпродукта

1. Технологии обслуживания молодых туристов в коллективных средствах размещения;



Рисунок 3.2 – Инструменты поддержки молодежного туризма

Источник: разработан автором

2. Технологии оказания услуг размещения, проживания, питания;
 3. Трансфертные технологии;
 4. Анимационно-досуговые технологии;
 5. Технологии организации экскурсионного обслуживания;
 6. Транспортные технологии
 - технологии оформления билетов;
 - технологии обслуживания молодых туристов во время перевозки;
 - технологии организации маршрутов перевозки.
 7. Технологии организации городской среды в туристских дестинациях;
- II. Технологии продвижения и распределения молодежного турпродукта

1. Технологии рекламирования молодежного турпродукта;
2. Технологии комплектование состава услуг молодежного турпродукта;

3. Технологии информационного обеспечения туристской деятельности

Последняя технология включает в себя использование платформенного подхода к конструированию системы информационной поддержки развития молодежного туризма в стране. Цифровая информационная платформа, объединяя в единую сеть всех участников сектора молодежного туризма, может способствовать снижению транзакционных издержек на поиск информации. Преимуществами цифровой платформы является ее общедоступность и равноправие всех участников.

Ресурсное обеспечение процесса управления молодежным туризмом определяется кадровыми, материально-техническими, финансовыми и информационными ресурсами.

Кадровые ресурсы состоят из работников государственных органов управления, их навыков, умений и способностей. Особенности работников в сфере управления молодежным туризмом заключаются прежде всего в том, что они должны обладать соответствующими компетенциями как в области управления туризмом в целом, так и учитывая специфику молодежи как потребителя туристских услуг. В связи с этим, представляется важным создание системы подготовки и переподготовки кадров с получением специализированных знаний и овладением навыков по работе в области молодежного туризма. Это будет способствовать формированию системного видения управляемого объекта.

Кроме того, необходимо увеличивать долю молодых специалистов, которые сами являются потенциальными потребителями молодежных турпродуктов. Мотивирующим факторам к качественной работе таких специалистов может служить продажа по особым льготным условиям молодежных туров, например, в период их отпуска.

Финансовые ресурсы представляют собой государственные дотации и субсидии, расходы на реализацию федеральных целевых программ и национальных проектов. Государство может обеспечить финансовую поддержку молодёжного туризма через гранты, конкурсные программы.

Информационные ресурсы включают в себя системы хранения, передачи, распространения данных. Необходимо комплектование органов управления современными компьютерными программами, интегрирующими информацию о деятельности в сфере туризма и молодежной политики в единую сеть.

Результатом процесса управления молодежным туризмом является получение конечного молодежного турпродукта (рисунок 3.3).

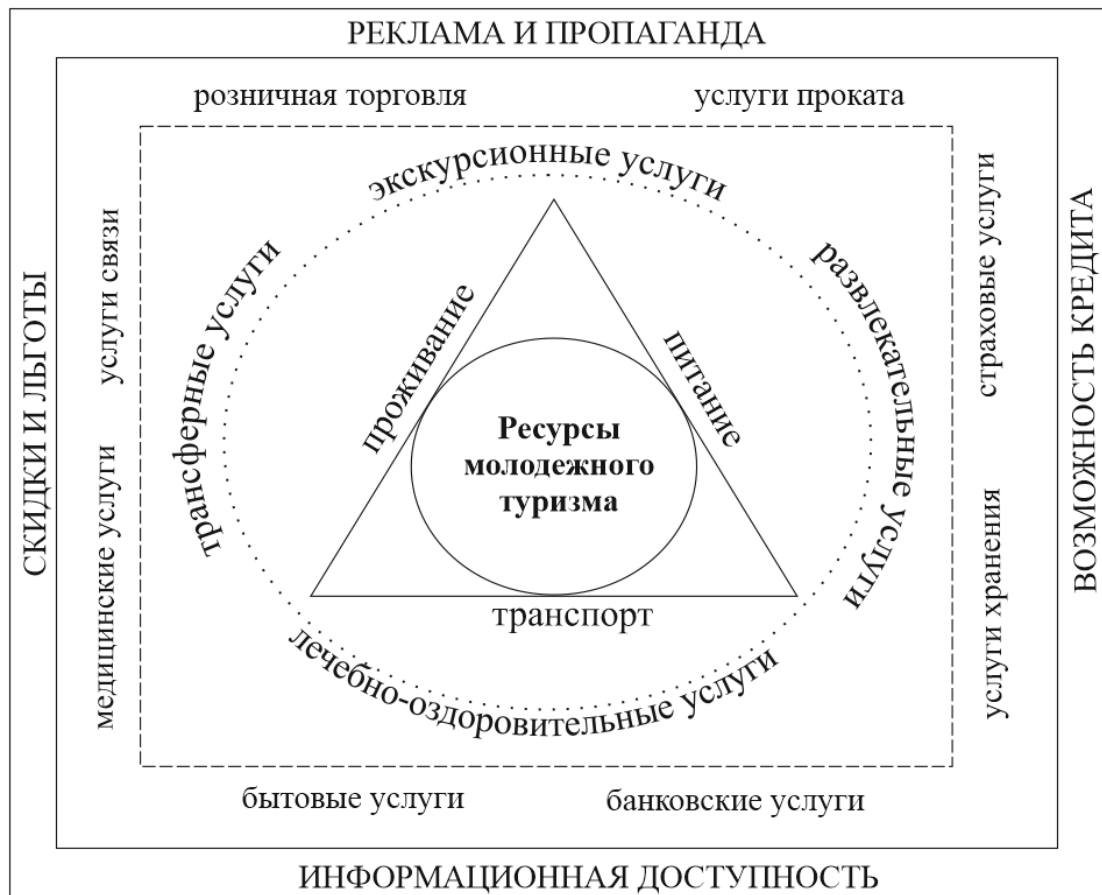


Рисунок 3.3 – Модель молодежного турпродукта

Источник: разработан автором

Государственные органы во взаимодействии с коммерческими и некоммерческими организациями должны обеспечивать высокое качество

молодежных турпродуктов и их доступность (в особенности культурно-образовательных и духовно-нравственных туров) всем категориям молодых людей, не зависимо от принадлежности к студенчеству, уровня доходов или семейного положения.

Таким образом, в результате разработки модели развития молодежного туризма, были получены следующие выводы:

- под субъектами управления молодежного туризма понимаются государственные органы управления на трех уровнях власти: федеральном, региональном и муниципальном. Объектами управления являются коммерческие и некоммерческие организации сектора молодежного туризма;

- планирование в секторе молодежного туризма должно осуществляться на основе разработки стратегических документов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления; организация как функция управления молодежным туризмом предполагает формирование эффективной организационной структуры с созданием центров управления молодежным туризмом; мотивация в управлении системой молодежного туризма призвана обеспечить высокую заинтересованность в качественном и добросовестном выполнении своих обязанностей всех работников органов управления; координация как функция управления системой молодежного туризма предполагает создание горизонтальных и вертикальных коммуникационных связей между всеми участниками процесса управления; контроль как функция управления системой молодежного туризма призван устанавливать соответствие между достигнутыми результатами и поставленными целями;

- выделены инструменты и методы реализации организационно-экономического механизма обеспечения развития молодежного туризма на федеральном, региональном и местном уровнях, связанные в том числе и с достижением культурно-образовательных и духовно-нравственных целей молодежного туризма, повышением социальной ответственности бизнеса в секторе молодежного туризма.

В результате, основываясь на общепринятом подходе к пониманию экономической модели, была построена модель развития молодежного туризма, основными элементами которой являются цели развития молодежного туризма, функции управления, методы, технологии, ресурсное обеспечение, а также факторы и национальные цели.

Далее разработаем рекомендации по реализации предложенной социально-экономической модели развития молодежного туризма.

3.2 Разработка рекомендаций по реализации социально-экономической модели развития молодежного туризма

Высокий уровень эффективности социально-экономической модели развития молодежного туризма может быть обеспечен посредством усиления интеграции деятельности различных органов управления туризмом и молодежной политикой и формирования специализированных структур взаимодействия, способствующих совершенствованию системы координации и коммуникации между всеми участниками сектора молодежного туризма.

В основе организационного обеспечения развития молодежного туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях лежит создание Совета по молодежному туризму и Центров молодежного туризма. За ними должны быть закреплены основные организационные функции по ключевым вопросам развития молодежного туризма, причем совещательный орган должен оказать содействие в обсуждении нормативно-правовых, законодательных, программных и концептуальных документов, выработке приоритетных направлений развития молодежного туризма, тогда как Центр призван реализовывать принятые решения, выявлять проблемы и определять

перспективы развития в секторе молодежного туризма на региональном и муниципальном уровне, учитывая особенности конкретных территорий.

Совет по молодежному туризму представляет собой совещательный орган, в состав которого могут войти представители Федерального агентства по туризму и Федерального агентства по делам молодежи. Роль такого Совета заключается в формировании «системного видения» управления молодежным туризмом. Аккумуляция навыков, умений и знаний специалистов в области туризма и молодежной политики может способствовать разработке стратегических основ и специализированного инструментария развития сектора молодежного туризма на основе системно-комплексного подхода к управлению. Функционирование Совета призвано упростить процессы координации между субъектами управления.

Структура Совета может быть представлена следующим образом.

Из Федерального агентства по туризму в Совет могут быть включены специалисты следующих структурных подразделений:

- отдел туристских информационных ресурсов и безопасности туризма;
- отдел туристских событий и маркетинговых технологий;
- отдел обеспечения развития туризма в регионах и Крымском федеральном округе;
- отдел правового обеспечения деятельности агентства;
- отдел анализа туристского рынка и статистики;
- отдел мониторинга и оценки бюджетных расходов и госпрограмм.

Из Федерального агентства по делам молодежи в Совет могут быть включены специалисты следующих структурных подразделений:

- отдел грантовой поддержки;
- отдел методического и аналитического обеспечения молодежной политики;
- отдел регионального взаимодействия;
- отдел координации молодежных проектов и программ;
- отдел по реализации национальных приоритетов;

– отдел международной деятельности.

Отделы, имеющие схожие функции, могут взаимодействовать между собой для осуществления совместной деятельности. Например, целесообразно сотрудничество отдела обеспечения развития туризма в регионах (Ростуризм) и отдела регионального взаимодействия (Росмолодежь); отдела мониторинга и оценки бюджетных расходов и госпрограмм (Ростуризм) и отдела грантовой поддержки (Росмолодежь).

В рамках функционирования Совета Федеральное агентство по туризму и Федеральное агентство по делам молодежи могут обсуждать совместные программы, направленные на развитие туризма с учетом потребительских особенностей молодых людей.

На рисунке 3.4 представлена структура предлагаемого Совета по молодежному туризму.

В состав Совета по молодежному туризму могут входить также представители от Центра молодежного туризма и координатор по вопросам молодежного туризма.

Основные задачи Совета по молодежному туризму включают в себя:

- разработка теоретических и методических основ развития молодежного туризма;
- обсуждение и разработка целевых показателей развития молодежного туризма;
- участие в подготовке и обсуждении федеральных проектов и программ по молодежному туризму;
- предоставление по запросу различных государственных органов заключений и консультаций по молодежному туризму;
- осуществление международно-правового сотрудничества в сфере молодежного туризма;
- внесение предложений и рекомендаций по развитию молодежного туризма в министерства и ведомства.

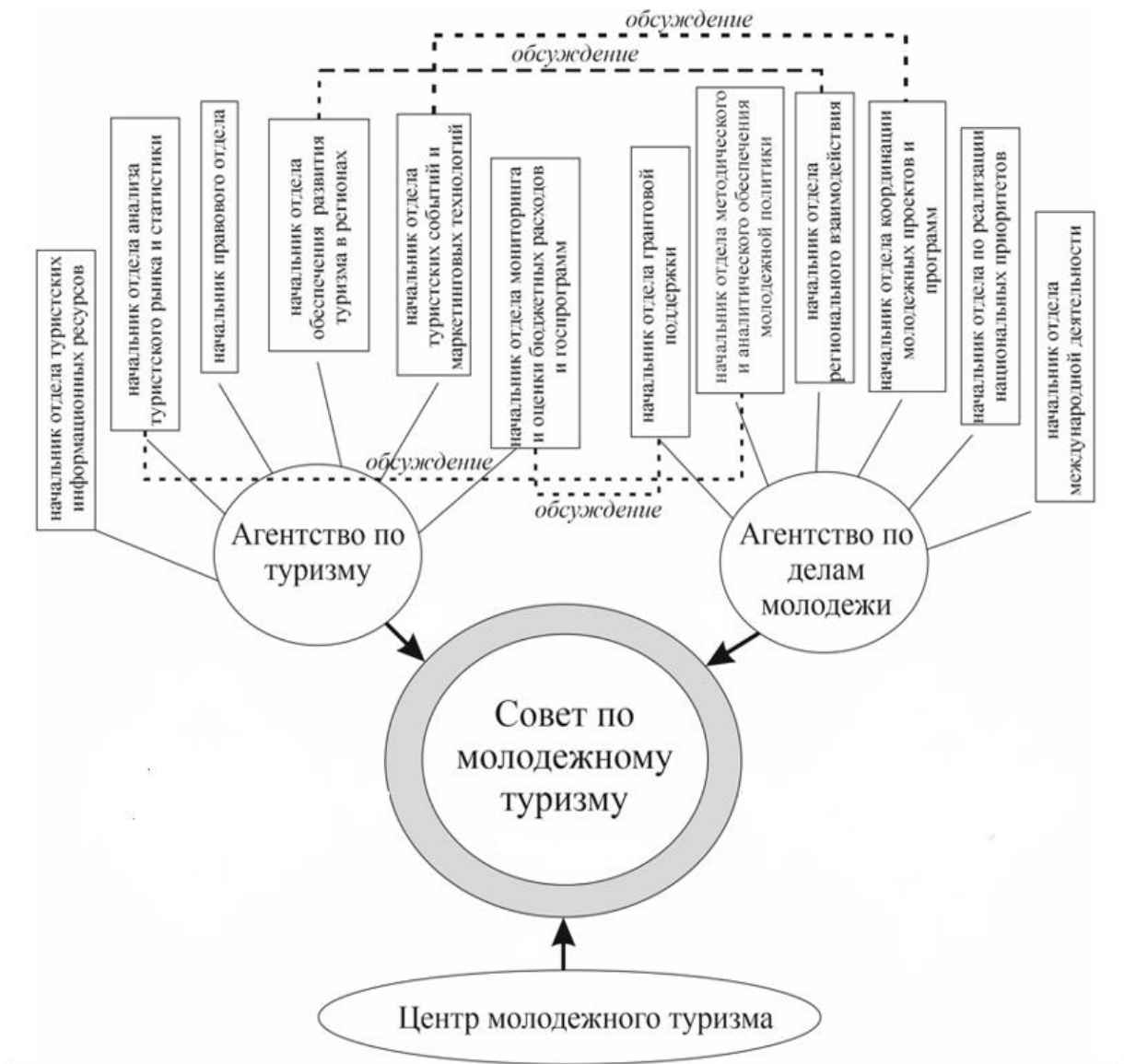


Рисунок 3.4 – Структура Совета по молодежному туризму

Источник: разработан автором

Например, сформулированные предложения экономического характера, такие как формирование льготно-скидочной системы для молодых туристов, предоставление преференций и мер налоговой поддержки предприятиям сектора молодежного туризма или финансирование федеральных проектов передаются в Министерство экономического развития РФ. Предложения, связанные с организацией образовательных туров и студенческих обменов, передаются в Министерство науки и высшего образования. Получается, что Совет является связующим звеном между

отраслевыми министерствами и ведомствами по вопросам развития молодежного туризма.

Модель функционирования Совета по молодежному туризму представлен на рисунке 3.5.



Рисунок 3.5 – Модель функционирования Совета по молодежному туризму

Источник: разработан автором

Обеспечив скоординированное взаимодействие между федеральными органами государственной власти в части управления развитием молодежного туризма, представляется достаточно важным выделить специализированную структуру, ответственную за реализацию конкретных мероприятий в секторе молодежного туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Такой структурой может стать Федеральный Центр молодежного туризма с региональными и муниципальными подразделениями.

Федеральный Центр молодежного туризма – это государственное бюджетное учреждение, подотчетное Федеральному агентству по туризму. Центр аккумулирует и распределяет ресурсы таким образом, чтобы обеспечить эффективное функционирование сектора молодежного туризма. В таблице 3.2 перечислены основные задачи Центра молодежного туризма.

Все задачи Центра можно разделить на четыре группы по виду ресурсов, которые привлекаются для их реализации: информационные, кадровые, материально-технические и финансовые.

Информационные задачи Центра связаны с получением информации (в основном, статистические данные), обработкой информации (создание системы статистического учета), распространением информации (издание брошюр, журналов; рекламная деятельность).

Кадровые задачи Центра заключаются в подготовке работников, функциональные обязанности которых непосредственно или опосредованно связаны с организацией молодежных туров (гиды, проводники, спасатели и т.д.).

Материально-технические задачи Центра определяются необходимостью реконструкции и расширения объектов, предназначенных для молодежного туризма.

Финансовые задачи предполагают выделение денежных средств на организацию запланированных мероприятий по молодежному туризму (слеты, всероссийские конференции), оказание поддержки некоммерческим организациям, проведение конкурсных мероприятий.

Исходя из основных задач, можно предложить эффективную организационную структуру Центра молодежного туризма, которая представлена на рисунке 3.6.

Таблица 3.2 – Основные задачи Центра молодежного туризма

Уровень	Основные задачи
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ состояния молодежного туризма на основе статистических данных, выявление проблем; 2. Разработка плана федеральных/региональных/муниципальных мероприятий по молодежному туризму; 3. Организация проведения федеральных/региональных/муниципальных мероприятий по молодежному туризму; 4. Финансирование мероприятий по развитию молодежного туризма; 5. Популяризация внутренних направлений молодежного туризма; 6. Издание брошюр и сборников по молодежному туризму;
на всех уровнях	<ol style="list-style-type: none"> 7. Установление сотрудничества с коммерческими и некоммерческими организациями, установление партнерских связей; 8. Формирование информационной базы и предоставление информационных услуг по вопросам молодежного туризма; 9. Подготовка квалифицированных кадров по работе с молодежью; 10. Содействие формированию и деятельности общественных объединений в секторе молодежного туризма; 11. Обеспечение приоритетности развития культурно-образовательных и духовно-нравственных видов молодежного туризма.
федеральный	<ol style="list-style-type: none"> 1. Грантовая поддержка проектов по развитию молодежного туризма; 2. Разработка системы всероссийских молодежных туров; 3. Консультирование органов государственной власти по вопросам молодежного туризма и представление интересов молодежи; 4. Разработка Устава Центра молодежного туризма, инструкций и общих рекомендаций для деятельности всех подразделений Центра; 5. Распределение финансирования между подразделениями Центра; 6. Сбор и обобщение всех статистических данных, полученных от региональных подразделений.
региональный	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение приоритетных направлений развития молодежного туризма в регионе; 2. Подготовка квалифицированных кадров для выполнения конкретных производственных задач (гиды, проводники, экскурсоводы, спасатели и т.д.); 3. Оказание содействия в предоставлении земельных участков под объекты инфраструктуры, предназначенные для молодежного туризма; 4. Контроль за деятельностью муниципальных подразделений; 5. Разработка системы регионального молодежного турпродукта.
муниципальный	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение социологический опросов и передача данных в региональное подразделение Центра; 2. Привлечение к работе Центра молодых людей на добровольной и возмездной основе; 3. Оказание содействия в обустройстве городской среды для молодых туристов; 4. Организация площадок для совместного обсуждения развития молодежного туризма; 5. Разработка системы молодежных туров на уровне муниципалитета.

Источник: разработана автором



Рисунок 3.6 – Организационная структура Центра молодежного туризма

Источник: разработан автором

Центр молодежного туризма может состоять из финансово-расчетного центра (бухгалтерия и финансово-плановый отдел); ресурсного центра (отдел обеспечения кадровыми ресурсами, отдел материально-технического обеспечения и отдел по работе с партнерами); центра обеспечения текущей деятельности (нормативно-правовой и хозяйственный отдел); центра туристского развития (отдел по работе с молодежью, отдел туризма и проектный отдел); информационного центра (отдел информационных ресурсов и отдел консультирования) и аналитического центра (отдел сбора и отдел анализа статистических данных).

Деятельность Совета по молодежному туризму и Центра молодежного туризма приведут к консолидации ресурсного потенциала, накопленного в сферах управления туризмом и молодежной политикой, что, в свою очередь, скажется на снижении транзакционных издержек на планирование, принятие решений, контроль в секторе молодежного туризма.

В последние годы в России направления деятельности органов управления на федеральном, региональном и муниципальном уровне во многом определяются целями и целевыми показателями, зафиксированными

в национальных проектах, которые на начало 2022 года охватывают все наиболее значимые сферы жизнедеятельности общества и государства: экономику, образование, здравоохранение, науку, культуру, экологию и т.д. Продолжается процесс интеграции национальных проектов в единую систему, обеспечивающую достижение национальных целей страны, путем декомпозиции национальных целей и синхронизации показателей всех национальных проектов.

Молодежный туризм, находящийся на пересечении указанных выше сфер и являющийся средством достижения национальных целей, не нашел достаточного отражения в действующих национальных проектах. Реализации существующих программ по стимулированию туристской активности молодых людей в рамках нескольких национальных проектов («Туризм и индустрия гостеприимства», «Культура») недостаточно для появления устойчивого синергетического эффекта между ними при обеспечении развития сектора молодежного туризма.

Следует отметить, что достижение многих культурно-образовательных и духовно-нравственных целей, таких как создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности и формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, направлены, в основном, на поддержку детско-юношеского туризма путем создания военно-патриотических летних лагерей, ознакомительных путешествий для лиц младше 18 лет.

В связи с этим, предлагается дополнить национальные проекты программами, направленными на развитие молодежного туризма, для интегрирования их в единую систему, направленную на достижение культурно-образовательных и духовно-нравственных целей молодежного туризма. В таблице 3.3 представлены направления таких программ.

Так, например, в рамках реализации федерального проекта «Развитие туристской инфраструктуры», входящего в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», государство софинансирует строительство

только тех отелей, которым будет присвоено не менее трех звезд, в связи с чем предлагается внедрить программу по стимулированию инвестиций в низкобюджетные средства размещения, которые предпочитают молодые люди.

Таблица 3.3 – Направления программ по развитию молодежного туризма, рекомендуемые к включению в национальные проекты

Национальный проект	Направление программ
«Туризм и индустрия гостеприимства»	Стимулирование инвестиций в низкобюджетные средства размещения
«Образование»	Создание условий для развития академической мобильности
«Культура»	Формирование молодежных туров культурно-познавательной направленности
«Демография»	Разработка и продвижение рекреационно-оздоровительных молодежных туристских походов по федеральным маршрутам

Источник: разработано автором

Национальный проект «Образование» предлагается дополнить программой, направленной на создание условий для развития академической мобильности. Такая мобильность предполагает перемещение студентов высших учебных заведений в другое образовательное учреждение на определенное время с целью обучения.

В национальный проект «Культура» представляется возможным включить программы по формированию молодежных туров культурно-познавательной направленности, в основу которых будет положено посещение культурных мероприятий и объектов культурного наследия.

В национальный проект «Демография» предлагается включить программы по разработке и популяризации рекреационно-оздоровительных молодежных туристских походов по федеральным маршрутам как элемента обеспечения здорового образа жизни молодых людей.

Необходимо обратить внимание, что эффективность социально-экономической модели развития молодежного туризма определяется не только степенью координации между государственными органами и

учреждениями, но еще и информационным обеспечением всех участников сектора молодежного туризма.

Современной технологией управления информационным обеспечением является использование платформенного подхода.

Цифровая платформа предполагает обеспечение доступа молодежи к туристским продуктам и услугам по принципу «одного окна», подразумевающего получение совокупности услуг через одну точку доступа, например, мобильное приложение или интернет-сайт. Формирование единого информационно-коммуникационного пространства в секторе молодежного туризма обеспечивает реализацию принципа комплементарности, при котором усилиями разнопрофильных предприятий создается комплексный туристский продукт, гарантирующий высокий уровень удовлетворения потребительских потребностей.

Необходимым условием успешного функционирования единой цифровой платформы является высокий уровень заинтересованности каждого участника, реализуемый через обеспечение взаимовыгодного сотрудничества объектов размещения, питания, транспортных предприятий, туроператоров и турагентов, досуговых и развлекательных центров, экскурсионных бюро и прочих участников рынка молодежного туризма. Кроме того, посредством взаимодействия государственных и коммерческих структур в рамках цифровой платформы реализуется механизм государственно-частного партнерства, обеспечивающий привлечение частных средств и эффективное использование государственных ресурсов для развития молодежного туризма.

В современных условиях санитарно-эпидемиологических и политико-экономических ограничений создание цифровой платформы может стать эффективным инструментом стимулирования внутреннего туристского потока молодых людей посредством реализации следующих преимуществ:

– возможность значительного снижения уровня транзакционных издержек информационного, административного характера. Благодаря

использованию цифровых технологий, снижается уровень временных и эксплуатационных затрат, облегчается процесс поиска информации, анализа альтернатив, поиска партнёров и заключения договоров;

– замещение слабо масштабируемых традиционных форм посредничества новыми алгоритмизированными механизмами, позволяющими осуществлять прямые транзакции между заинтересованными субъектами, что способствует повышению маржинальности коммерческих предприятий;

– высокий уровень гибкости цифровой платформы, обеспечиваемый многоуровневой модульной архитектурой, сетевыми эффектами и механизмами циклической обратной связи. Благодаря представленным особенностям, упрощается процесс подключения новых ресурсов и участников, что гарантирует возможность значительного масштабирования системы.

Предлагаемая цифровая платформа молодежного туризма представлена на рисунке 3.7.

Особое внимание следует уделить обеспечению безопасности и конфиденциальности персональных данных пользователей предлагаемой цифровой платформы. Это возможно благодаря внедрению современных шифровальных систем защиты данных.

Платформа обеспечивает доступ молодых туристов ко всем компонентам молодежного турпродукта [58]. Функционал представленной цифровой платформы молодёжного туризма включает в себя:

1. Информирование:

- о туристских маршрутах;
- об объектах туристского показа;
- о льготно-скидочных программах;
- о государственных программах.

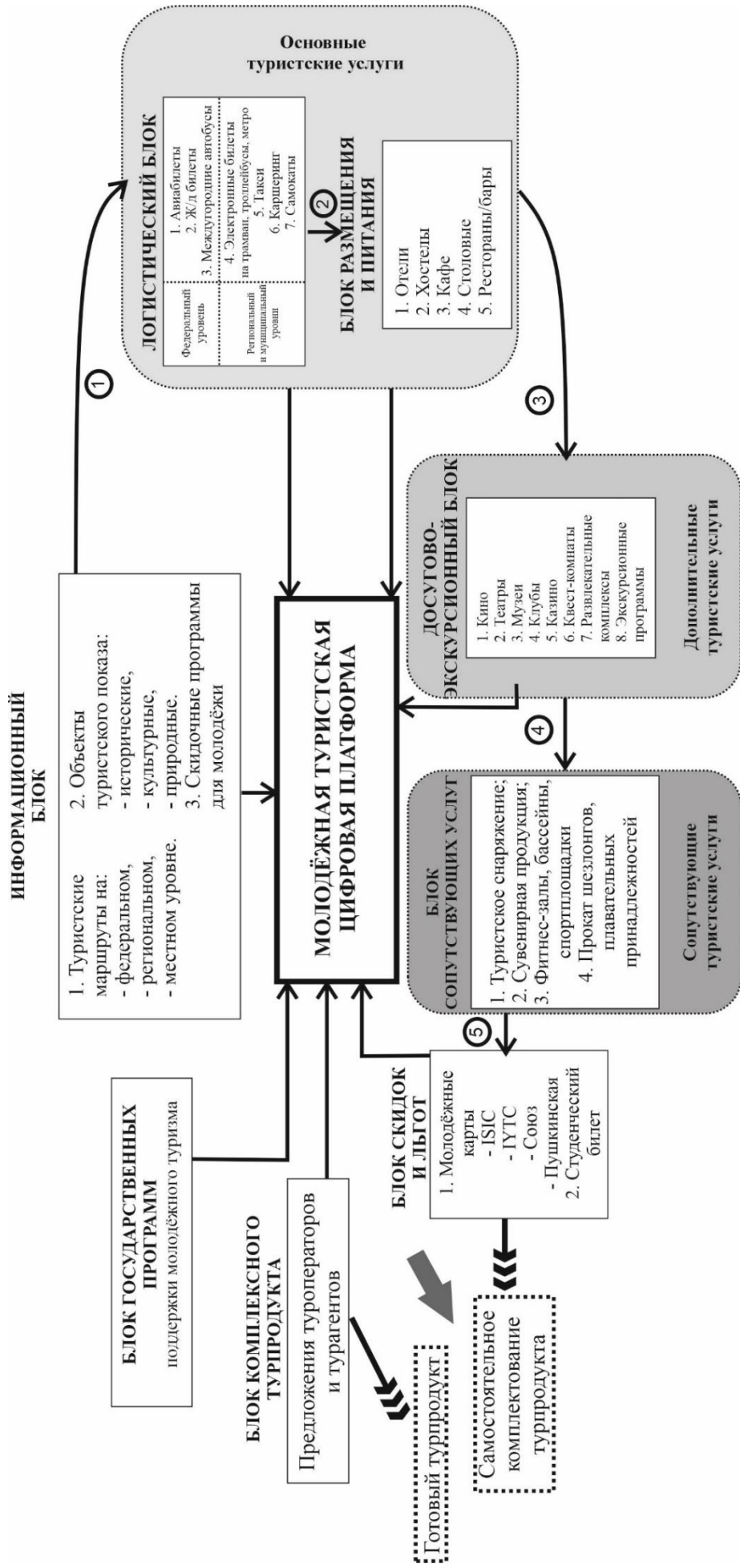


Рисунок 3.7 – Цифровая платформа молодёжного туризма

Источник: разработан автором

2. Бронирование основных туристских услуг:

– транспортные услуги (авиаперелеты, ж/д транспорт, междугородные автобусы);

– услуги размещения (отели, хостелы, апартаменты и т.д.);

– услуги питания (столовые, кафе, рестораны, бары и т.д.).

3. Бронирование дополнительных туристских услуг:

– экскурсионные программы;

– досуговые объекты (кино, клубы, казино, квест-комнаты и т.д.);

4. Бронирование сопутствующих туристских услуг:

– туристское снаряжение;

– фитнес-залы, плавательные бассейны, спортивные площадки;

– услуги хранения;

– бытовые услуги и т.д.

5. Льготно-скидочная система:

– молодежные карты;

– студенческий билет.

6. Бронирование комплексного туристского продукта:

– предложения туроператоров;

– предложения турагентов.

Благодаря возможностям цифровой платформы, молодой турист может как самостоятельно осуществить комплектацию турпродукта, выбрав по своему вкусу все его составляющие, так и приобрести уже сформированный турпродукт.

Функционал представленной цифровой платформы молодёжного туризма предполагает интеграцию льготно-скидочной системы в единый процесс формирования туристского продукта, что позволит потребителю получить полное представление о конечной стоимости турпродукта с учётом ценовых преимуществ действующих молодёжных карт и студенческих билетов.

В основе функционирования молодёжной туристской цифровой платформы лежат различные информационные потоки и каналы обмена данными, которые могут быть направлены не только от поставщиков туристских услуг к целевым

потребителям, но и в обратном порядке посредством участия молодых туристов в оценке потреблённых турпродуктов, а также в социологических исследованиях, инициируемых государственными структурами, коммерческими или общественными организациями.

Целесообразность разработки единой цифровой платформы молодёжных туристских услуг обуславливается возможностью её использования на каждом этапе принятия потребительских решений молодыми туристами, что отражено в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Возможности использования цифровой платформы в процессе принятия потребительских решений

Этап принятия потребительского решения	Возможности использования цифровой платформы
Осознание потребности в путешествии, определение цели туристской поездки	Получение общей информации о доступных туристских направлениях, специфике туров, ценовом диапазоне туристских услуг
Поиск информации об имеющихся туристских продуктах	Сбор информации о поставщиках туристских услуг, анализ их предложений, анализ базы отзывов потребителей
Анализ возможных альтернатив перед приобретением туристского продукта	Сравнительный анализ туристских предложений по критериям цены, качества сервиса, продолжительности путешествия
Приобретение туристского продукта	Использование функции онлайн бронирования и резервирования туристских услуг с возможностью электронной оплаты. Получение подтверждения о приобретении туристского продукта.
Потребление туристского продукта	Приобретение сопутствующих туристских услуг во время туристской поездки, анализ актуальных маршрутов, режима работы объектов питания, туристского показа и пр.
Оценка по результатам потребления туристского продукта	Дополнение базы отзывов, внесение предложений о совершенствовании цифровой платформы молодёжного туризма, участие в социологических опросах

Источник: разработана автором

Необходимым условием успешного функционирования модели развития молодёжного туризма является выстраивание взаимовыгодной и эффективной системы партнёрского взаимодействия между государством, коммерческими и общественными организациями сектора молодёжного туризма. Государственно-

частное партнёрство способствует снижению и распределению рисков, повышению качества молодёжных туристских услуг, сокращению затрат на строительство и эксплуатацию туристских объектов, использованию инновационных форм предоставления туристских услуг (рисунок 3.8).



Рисунок 3.8 – Схема партнерских отношений в секторе молодежного туризма

Источник: разработано автором

Среди экономических инструментов развития молодежного туризма важное место занимает создание льготно-скидочной системы.

В основе создания льготно-скидочной системы в сфере туризма для молодых людей лежит две основополагающие группы скидок: для студентов по студенческому билету и для всех молодых людей по молодежной карте.

Поскольку обучающаяся группа молодых людей (студенты, магистры, аспиранты) посвящает большую часть своего времени учебе и не имеет возможности устроиться на постоянную работу, она располагает наименьшим количеством финансовых средств и временных ресурсов, вместе с тем являясь наиболее младшей возрастной стратой. Данной группе молодежи труднее всех воспользоваться туристскими услугами ввиду их высокой цены, сезонности и обычно малопривлекательных направлений. В связи с этим значение и роль

студенческого билета определяется необходимостью обеспечить социальную справедливость и полноценный доступ студенческой молодежи к туризму.

С другой стороны, важно предоставить возможность и более возрастной молодежи получать льготный доступ к наиболее важным для государства и общества видам молодежного туризма. Это возможно благодаря специальной молодежной карте, предоставляющей скидки всем людям в возрасте от 18 до 35 лет.

Студенческий билет и молодежная карта могут как дополнять друг друга, так и использоваться отдельно. Их соотношение представлено на рисунке 3.9.

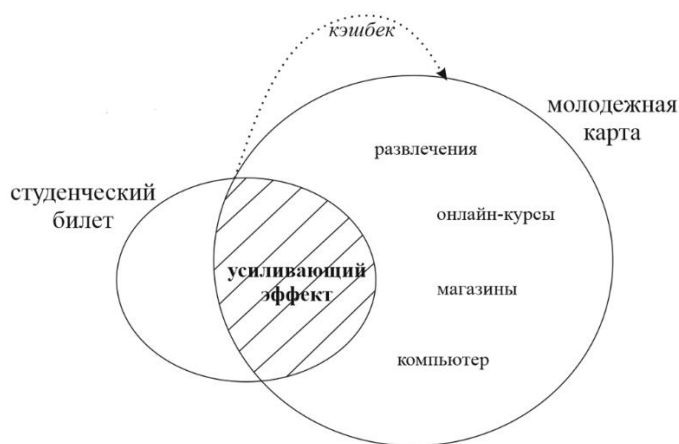


Рисунок 3.9 – Соотношение студенческого билета и молодежной карты

Источник: разработан автором

По студенческому билету молодые люди должны иметь возможность:

1. Получать скидки на посещение достопримечательностей по всей территории России, независимо от региона и дня недели:

- в государственные историко-патриотические музеи, места боевой славы, исторические парки и сады;

- в иные государственные музеи, галереи, природные и культурные достопримечательности;

- в государственные цирки, зоопарки, театры и пр.;

- в негосударственные историко-патриотические музеи, входящие в общую систему привилегий;

– во все государственные достопримечательности с документом «по программе вуза».

Последнее означает, что любой вуз страны может выдать обучающемуся специальную справку «по программе вуза» для того, чтобы он мог на практике увидеть то, чему в данный момент обучается в теории.

2. Получать скидки на транспорт по всей территории России, независимо от региона или дня недели:

- на поезда дальнего следования, электрички и междугородные автобусы;
- на городские автобусы, троллейбусы и метро;
- на внутренние авиаперелеты государственными авиакомпаниями;

При бронировании в другом городе отеля и молодежного хостела скидка на авиаперелет может быть увеличена.

3. Получать скидки на проживание по всей территории России:

- в сети специальных молодежных хостелов;
- в кемпингах, местах для палаточных ночевок.

4. Получать скидки на питание по всей территории России:

- в сети специальных молодежных столовых.

5. Получать скидки на духовно-нравственные и культурно-образовательные туры:

- федеральные туры (по всей России);
- региональные туры;
- муниципальные туры.

6. Отправиться по обмену на обучение в другой российский вуз с оплаченным проживанием, льготным питанием и проездом.

Молодежная карта, в отличие от студенческого билета, основана на взаимовыгодном сотрудничестве между различными участниками сектора молодежного туризма. Кроме государственных льгот и скидок, она может включать в себя льготные предложения по следующим направлениям: покупку и прокат снаряжения; проживание в отелях и гостиницах; услуги экскурсоводов и гидов; услуги такси; языковые и образовательные курсы; онлайн-музеи и онлайн-

библиотеки; кафе, бары, рестораны, клубы; экстремальные и иные виды туризма и т.д.

Функционирование молодежной карты возможно на основе применения инструментов государственно-частного партнерства.

Для достижения максимальной социально-экономической эффективности развития молодёжного туризма необходимо акцентировать усилия всех заинтересованных участников на формировании качественного и доступного молодежного туристского продукта [16].

Такой турпродукт должен обладать рядом особенностей, учитывающих специфические черты молодежи как потребителя. Особенности молодежного турпродукта представлены на рисунке 3.10.



Рисунок 3.10 – Особенности молодежного турпродукта

Источник: разработана автором

Особенностями основных туристских услуг молодежного турпродукта выступают:

– отсутствие необходимости размещения туристов в непосредственной близости от места проведения мероприятия или объекта притяжения. Специфика

некоторых мероприятий позволяет использовать в качестве средств размещения палаточные лагеря, кемпинги, а также устраивать ночевки под открытым небом.

– привлечение предприятий общественного питания быстрого обслуживания (фаст-фуд).

Дополнительные туристские услуги призваны усилить эмоциональную составляющую от потребления турпродукта. Учитывая специфику предпочтений молодежи, они могут включать: ночные клубы и бары, дискотечные и танцевальные площадки, дорожки для боулинга, квест-комнаты, скейт-парки, картинг, тир и игровые залы, в общем, все то, что относится к активно-коллективному времяпрепровождению.

Сопутствующие туристские услуги могут включать в себя продажу тематической фирменной продукции (одежда, аксессуары, сувениры с символикой мероприятия или объекта притяжения), в том числе через вендинговые автоматы, фотосопровождение и видеосопровождение, аренда туристского оборудования и т.д.

К событийным мероприятиям, привлекающим внимание молодежи, относятся: концертные шоу (КВН, реалити-шоу), конкурсы красоты, фестивали, встречи и слеты по тематическим интересам, премьерные показы кинофильмов.

Событийные мероприятия для привлечения студенческой молодежи целесообразно проводить в каникулярное время (летнее или на январских каникулах). Более возрастная молодежь готова посетить интересное им мероприятие в межсезонье.

В межсезонье туристские объекты могут предоставлять существенные скидки молодым туристам, тогда как студенчеству продавать билеты по льготной цене на постоянной основе.

Образовательный турпродукт содержит в себе такие услуги, которые, в первую очередь, направлены на получение новых знаний (в некоторых случаях – умений и навыков) молодыми туристами в ходе их поездки. Ядром образовательного турпродукта является образовательная программа, которая может включать разнообразные тематики. Поставщиком образовательных услуг

могут выступать: университеты, колледжи, центры дополнительного образования, научно-исследовательские центры. Реализация образовательной программы может происходить в форме групповых или индивидуальных занятий. Содержание образовательного молодежного турпродукта представлено на рисунке 3.11.



Рисунок 3.11 – Содержание образовательного молодежного турпродукта (разработан автором)

Программа образовательного молодежного тура может включать в себя посещение культурно-исторических объектов туристского показа, например, музеев, театров, выставочных экспозиций, художественных галерей, архитектурных и этнографических памятников; знакомство с культурой и бытом коренных народов.

Учитывая потребительские особенности молодых людей, в основе образовательных молодежных туров должны лежать игровые и интерактивные технологии подачи информации, повышающие активность и вовлеченность туристов.

В качестве примера можно привести геймификацию молодежного туризма, предполагающую использование игровых механик в процессе организации теоретического и практического обучения.

Так, например, посещение природных достопримечательностей может сопровождаться организацией соревновательных мероприятий и созданием условий для конкурирования путем разделения туристов на команды. Посещение культурно-исторических объектов может быть основано на интерактивной программе, такой, как геокэшинг – поиск спрятанных подсказок на определенной территории. Знакомство с бытом и культурой народов может сопровождаться приобретением новых навыков и умений через посещение мастер-классов.

Интерес молодых людей повышает доступность экспонатов музея и возможность потрогать их, либо проделать определенные работы, связанные с тематикой данного музея. Например, музей археологии может предоставить возможность туристам самим собрать осколки копии старинной вазы или даже построить небольшое жилище по технологиям первобытных людей.

Молодежный туристский продукт духовно-нравственной направленности основывается на разработке и организации военно-патриотических маршрутов, которые могут проходить через места боевых действий, совершения героических подвигов или быть связаны с важнейшими для истории России событиями. Такие туры могут быть приурочены к государственным праздникам: Дню Защитника Отечества, Дню Победы, Дню России и т.д. Соответственно, количество дней в туре должно соответствовать количеству праздничных выходных дней.

Одним из вариантов геймификации такого турпродукта является проведение исторических реконструкций. Реконструкция какого-либо исторического события и возможность непосредственного участия в нем значительно повышают заинтересованность молодых людей. Например, старый госпиталь военных лет может продемонстрировать не просто экспонаты, а реальную ситуацию из будней Второй Мировой войны, где молодым людям придется самим помогать уложить больного и с помощью подручных средств спасти ему жизнь.

Разработав предложения и рекомендации по обеспечению развития молодежного туризма в России, можно сделать следующие выводы:

– в качестве мер по организационному обеспечению развития молодежного туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях предложено создание Совета по молодежному туризму и Центров молодежного туризма;

– в качестве меры по институциональному обеспечению развития молодежного туризма предложена цифровая платформа. В современных условиях санитарно-эпидемиологических и политико-экономических ограничений создание цифровой платформы может стать эффективным инструментом стимулирования внутреннего туристского потока молодых людей. Цифровая платформа состоит из следующих разделов: информационный блок, логистический блок, блок размещения и питания, досугово-экскурсионный блок, блок сопутствующих услуг, блок скидок и льгот, блок комплексного турпродукта, блок государственных программ.

– показана целесообразность включения в национальные проекты программ, направленных на развитие молодежного туризма, которые позволят интегрировать национальные проекты в единую систему, направленную на достижение культурно-образовательных и духовно-нравственных целей молодежного туризма;

– обозначено взаимодействие студенческого билета и молодежной карты. Предложены скидки и льготы по студенческому билету и молодежной карте. Роль студенческого билета определяется необходимостью обеспечить социальную справедливость и полноценный доступ студенческой молодежи к туризму.

Таким образом, разработанные рекомендации будут способствовать реализации социально-экономической модели развития молодежного туризма. Далее разработаем прогноз развития молодёжного туризма, который покажет состояние сектора молодёжного сектора в среднесрочной перспективе.

3.3 Прогнозирование развития молодежного туризма

В процессе реализации предложенной социально-экономической модели необходимо учитывать возможные варианты состояния сектора молодежного туризма в будущем, одним из методов определения которого является прогнозирование.

По оценкам ученых, на сегодняшний день существует более 200 способов прогнозирования, которые позволяют с определенной степенью достоверности определить будущее состояние объекта на основании анализа ретроспективных данных, измерения экзогенных и эндогенных взаимосвязей [7]. Выбор способа прогнозирования обусловлен поставленными целями, набором имеющихся в распоряжении качественных и количественных данных, допустимым уровнем отклонения (погрешности) полученных результатов [12].

Целью прогнозирования выступает определение уровня развития сектора молодежного туризма в среднесрочной перспективе (до 2032 года) на основе такого показателя, как объём внутреннего молодежного туристского потока. Выбранный показатель может служить основой для определения основных социально-экономических последствий, таких как величина доходов от молодежного туризма, уровень занятости в сфере туризма, уровень предпринимательской активности в туризме и, как следствие, уровня инвестиционной привлекательности сектора молодежного туризма.

Прогнозирование включает в себя две основные группы методов: эвристические и формализованные.

Первая основана на интуитивно-логическом мышлении и включает в себя индивидуальные или групповые экспертные оценки с применением таких методик, как построение сценария, психоинтеллектуальная генерация идей, «круглый стол» и др. Данная группа методов применяется в тех случаях, когда прогнозируемый объект либо слишком прост и примитивен, либо, наоборот, достаточно сложен и непредсказуем [74].

Вторая заключается в установлении существующих закономерностей и взаимосвязей между различными факторами и их формализованном представлении в виде моделей на основе обширного математического инструментария. Такая группа методов используется при наличии достаточного объема количественных данных [12]. Основным способом построения модели здесь выступает регрессионный анализ: однофакторный или многофакторный; линейный или экспоненциальный.

Ввиду того, что объем молодежного туристского потока может быть измерен количественно и в ходе исследования были получены его значения за 2010 год и 2017-2021 годы, наиболее предпочтительным является выбор формализованного метода прогнозирования. Поскольку было установлено достаточно сильное влияние нескольких факторов рыночной среды на объем молодежного турпотока за указанный период, для повышения точности прогноза необходимо использовать множественный линейный регрессионный анализ.

В силу высокой неопределенности социально-экономического состояния Российской Федерации в ближайшие десять лет, для повышения практической применимости и значимости прогноза разработаем его для трех сценариев: пессимистичного, оптимистичного, реалистичного.

Прогнозирование развития молодежного туризма на основе регрессионного анализа осуществляется в несколько этапов:

1. Установление зависимых и результирующего факторов на основе корреляционной зависимости;
2. Построение модели многофакторной линейной регрессии с учетом неопределенных факторов;
3. Разработка вариантного прогноза каждого из зависимых факторов до 2032 года;
4. Получение прогнозных значений результирующего фактора и построение вариантной прогнозной модели.

Первый этап. В ходе исследования рынка молодежного туризма, было установлено, что на объем молодежного туристского потока как

результатирующего фактора оказывают влияние следующие зависимые факторы: численность молодых людей, средняя заработная плата молодежи, объем государственных расходов на социальную сферу, номерной фонд хостелов, объем рынка совместного потребления (шеринг-рынок). Количественные значения, описывающие данные факторы, представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Динамика показателей молодежного внутреннего турпотока за 2010, 2017-2021 годы

Показатель/год	2010	2017	2018	2019	2020	2021
Численность молодых людей, тыс. чел., x_1	27387	25645	24312	21714	19043	30558
Средняя заработная плата молодых людей, руб., x_2	16 350	27430	29560	34730	37370	48390
Объем государственных расходов на социальную политику, млн. руб., x_3	2 396	5 025	4 604	4 870	6 992	6 407
Номерной фонд хостелов, ед., x_4	11356	22949	37473	33796	34053	30526
Объем рынка внутреннего потребления, млрд. руб., x_5	63	392	511	769	1070	1232
Молодежный внутренний турпоток, млн. чел. Y	6,4	9,2	8,8	9,0	9,8	14,6

Важным требованием к повышению достоверности прогнозной модели является исключение мультиколлинеарности между зависимыми факторами, то есть последние должны иметь достаточно низкую (стандартно – менее 0,2) корреляционную зависимость друг другом или не иметь вообще. Определим парную корреляцию между зависимыми факторами (таблица 3.6).

Таблица 3.6 - Парная корреляция между зависимыми факторами

Факторы	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5
x_1	1	0,05436	-0,09345	-0,8626	0,6731
x_2	0,05436	1	-0,2151	-0,05498	0,7521
x_3	-0,09345	-0,2151	1	0,8591	-0,7846
x_4	-0,8626	-0,05498	0,8591	1	-0,6579
x_5	0,6731	0,7521	-0,7846	-0,6579	1

Источник: рассчитано автором

Крайне высокая зависимость наблюдается между факторами x_1 и x_4 , между факторами x_1 и x_5 , между факторами x_2 и x_4 , между факторами x_3 и x_4 , между факторами x_3 и x_5 . В связи с этим факторы x_4 и x_5 исключаются из зависимых факторов. Оставшиеся факторы имеют допустимую корреляционную зависимость, которая не сильно повлияет на достоверность прогноза.

Второй этап. Осуществим построение уравнения регрессии, отражающего статистическую зависимость между исследуемыми зависимыми и результирующим факторами. Используя метод наименьших квадратов, вектор оценок коэффициентов регрессии найдём по следующей формуле:

$$s = (X^T X)^{-1} X^T Y \quad (3.1)$$

где X – матрица, состоящая из всех зависимых факторов,

X^T – транспонированная матрица, состоящая из всех зависимых факторов,

Y – матрица-столбец, состоящая из данных результирующего фактора.

По результатам расчетов, вектор оценок коэффициентов регрессии можно представить следующим образом:

$$Y(X) = \begin{pmatrix} -5,725 \\ 0,000302 \\ 0,00015 \\ 0,006 \end{pmatrix} \quad (3.2)$$

где $Y(X)$ – вектор коэффициентов регрессии.

Полученное уравнение множественной регрессии имеет вид:

$$Y = -5.7248 + 0.000302x_1 + 0.00015x_2 + 0.0006x_3 + \varepsilon \quad (3.3)$$

где x_1 – численность молодых людей, тыс. чел.;

x_2 – средняя заработная плата молодых людей, руб.;

x_3 – объем государственных расходов на социальную политику, млрд. руб.

Y – молодежный внутренний турпоток, млн. чел.;

ε – неучтенные факторы (8%).

Показатель ε отражает наличие неучтенных факторов, воздействие которых на результирующий фактор представляется минимальным.

Представляется целесообразным определить множественный коэффициент корреляции для отражения тесноты связи результирующего фактора со всей совокупностью зависимых факторов и подтверждения адекватности полученного уравнения регрессии, по следующей формуле:

$$R = \sqrt{1 - \frac{s^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2}} \quad (3.4)$$

где R – множественный коэффициент корреляции,

s^2 – оценка дисперсии,

y_i – значение переменной y ,

\bar{y} – среднее арифметическое значение для переменной y .

Оценка дисперсии, в свою очередь, может быть получена следующим образом:

$$s^2 = (Y - Y(x))^T (Y - Y(x)) \quad (3.5)$$

где s^2 – стандартная оценка дисперсии,

Y – матрица-столбец, состоящая из данных результирующего фактора

$Y(x)$ – матрица-столбец, состоящая из значений $y(x)$.

Промежуточные данные для расчета стандартной оценки дисперсии представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Промежуточные данные для расчета стандартной оценки дисперсии

Год	Y	Y(x)	Y-Y(x)
2010	6,4	6,429	-0,0292
2017	9,2	9,148	0,0523
2018	8,8	8,813	-0,0135
2019	9,0	8,967	0,0328
2020	9,8	9,832	-0,0322
2021	14,6	14,61	-0,0123

Источник: рассчитано автором

Получаем, что $s^2=0,0059$, а $R=0,98$, что говорит о высокой точности уравнения множественной регрессии и высокой степени связи результирующего фактора со всей совокупностью зависимых факторов. Таким образом, считаем

полученное уравнение регрессии пригодным для прогнозирования объемов молодежного внутреннего турпотока.

Третий этап. В силу того, что в процессе прогнозирования должны учитываться факторы риска и неопределённости, результаты прогноза целесообразно представить для трёх сценариев: реалистичного, оптимистичного, пессимистичного. В рамках настоящего исследования оптимистичный сценарий подразумевает внедрение предложенной социально-экономической модели развития молодёжного туризма. Реалистичный сценарий предполагает сохранение текущей динамики данных показателей. При пессимистичном сценарии учитываются возможные негативные изменения в социально-экономической сфере Российской Федерации.

Вариантный прогноз численности молодых людей проделан на основе данных, представленных Росстатом и Высшей школой экономики, и не имеет простой функциональной зависимости (аппроксимация показывает достаточно сложную зависимость от нескольких функций). Вариантный прогноз двух оставшихся результирующих факторов разработан на основе линейной регрессии.

Сценарные прогнозы зависимых и результирующего фактора представлены в таблице 3.8.

Каждому варианту прогноза факторов x_2 и x_3 соответствует уравнение линейной регрессии. Уравнения прогнозных сценариев для данных по двум факторам представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Уравнения прогнозных сценариев для зависимых факторов

Фактор	Прогнозный сценарий	Уравнение	Обозначения
средняя заработная плата молодых людей	реалистичный	$y=2172t+48390$	у – прогнозируемое значение фактора; t – порядковый номер периода
	пессимистичный	$y=3067t+48898$	
	оптимистичный	$y=1360t+48390$	
объем государственных расходов на социальную политику	реалистичный	$y=422,08t+5456,3$	
	пессимистичный	$y=302,09t+5145,7$	
	оптимистичный	$y=432,29t+5792,1$	

Источник: разработано автором

Таблица 3.8 – Вариантный прогноз зависимых факторов

Год	Пессимистичный			Реалистичный			Оптимистичный		
	x_1	x_2	x_3	x_1	x_2	x_3	x_1	x_2	x_3
2022	30226	49750	5423	30558	50562	5963	30558	51965	6245
2023	30089	51110	5793	30323	52734	6252	30432	55032	6789
2024	29985	52470	6034	30156	54906	6756	30315	58099	7132
2025	30056	53830	6324	30057	57078	7068	30246	61166	7425
2026	30126	55190	6684	30126	59250	7482	30468	64233	7846
2027	30345	56550	6943	30346	61422	7965	30654	67300	8267
2028	30568	57910	7264	30687	63594	8452	30975	70367	8891
2029	30785	59270	7594	30976	65766	8963	31320	73434	9234
2030	30965	60630	7894	31136	67938	9246	31536	76501	9678
2031	31125	61990	8123	31356	70110	9628	31645	79568	10053
2032	31356	63350	8465	31563	72282	10102	31897	82635	10684

x_1 - численность молодых людей, тыс. чел.,

x_2 - средняя заработная плата молодых людей, руб.,

x_3 - объем государственных расходов на социальную политику, млрд. руб.,

Y - молодежный внутренний турпоток, млн. чел.

Источник: рассчитано автором

Четвертый этап. На основе полученных прогнозных значений зависимых факторов, найдем и представим в графическом виде прогнозные значения объема молодежного туристского потока до 2032 года в разрезе трех вариантов (рисунок 3.12).

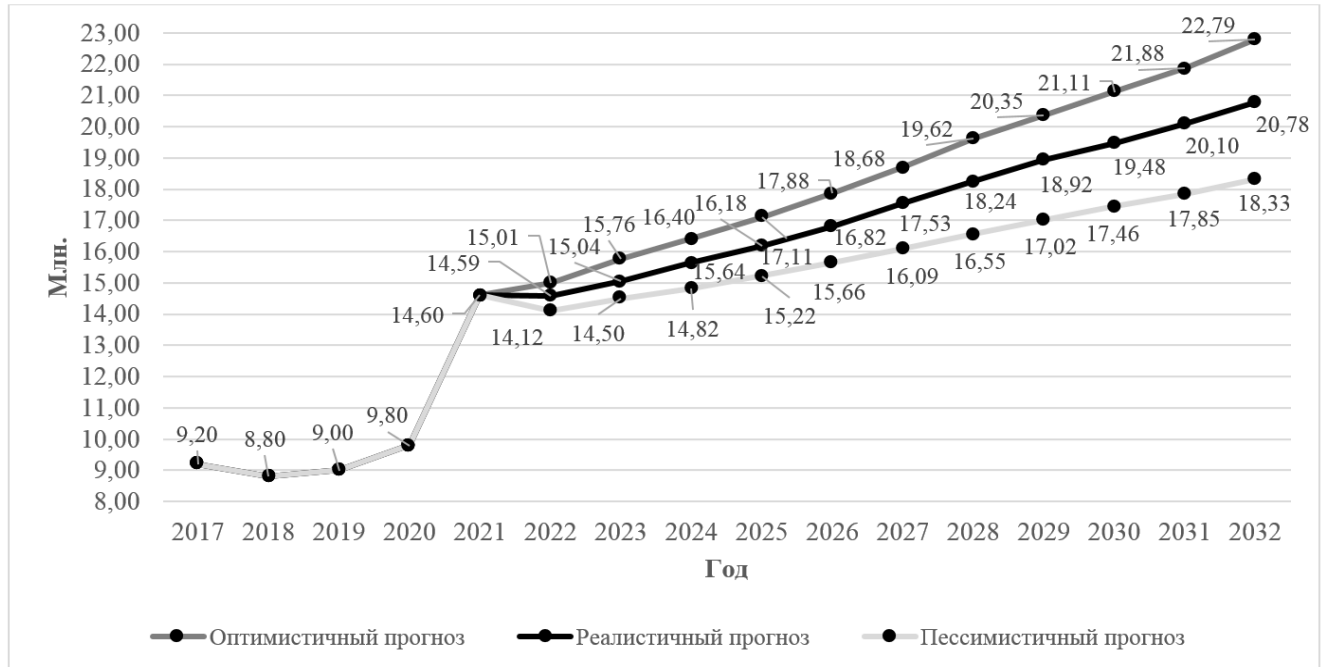


Рисунок 3.12 – Прогнозные значения объема молодежного внутреннего туристского потока до 2032 года, млн. чел.

Источник: разработано автором

Согласно реалистичному сценарию прогноза, в 2022 году имеет место незначительное снижение объема внутреннего молодежного туристского потока до 14,59 млн. чел. (на 0,07%) по сравнению с 2021 годом, к 2025 году он увеличится до 16,18 млн. человек (на 10,8%), к 2032 году – до 20,78 млн. человек (на 42,3%). Согласно пессимистичному сценарию прогноза, в 2022 году исследуемый показатель снизится до 14,12 млн. чел. (на 3,2%) по сравнению с 2021 годом, к 2025 году увеличится до 15,22 млн. чел. (на 4,2%), к 2032 году увеличится до 18,33 млн. чел. (на 25,5%). Согласно оптимистичному сценарию прогноза, объем молодежного внутреннего туристского потока в 2022 году незначительно увеличится до 15,01 млн. чел. (на 2,8%) по сравнению с 2021

годом, к 2025 году возрастет до 17,11 млн. чел. (на 17,1%), к 2032 году – до 22,79 млн. чел. (на 56,1%).

Полученные прогнозные значения можно использовать для расчета других экономических показателей. Например, представляется возможным определить объем расходов всей путешествующей по внутренним направлениям молодежи на туризм. Проведенный анкетный опрос, представленный ранее в диссертации, показал, что средневзвешенные ежегодные расходы молодых людей на туризм составляют 53 177,8 рублей. Поскольку при составлении прогноза объема внутреннего молодежного туристского потока учтен фактор изменения средних доходов молодых людей, является корректным получить прогнозные значения общих средних расходов молодежи на туризм путем умножения средних расходов одного молодого человека на туризм на объем турпотока. Полученные прогнозные значения расходов всех молодых людей на туризм представлены на рисунке 3.13.



Рисунок 3.13 – Прогнозные значения общих средних расходов молодых людей на туризм до 2032 года

Согласно реалистичному прогнозу, в 2022 году путешествующая молодежь осуществит траты на внутренний туризм в размере 751 млрд. руб., в 2025 году – 860 млрд. руб., в 2032 году – 1 105 млрд. руб. Согласно пессимистичному

прогнозу, в 2022 году – 731 млрд. руб., в 2025 году - 809 млрд. руб., в 2032 году – 975 млрд. руб. Согласно оптимистичному прогнозу, в 2022 году - 798 млрд. руб., в 2025 году – 860 млрд. руб., в 2032 году - 1212 млрд. руб.

На основании прогнозных значений объема внутреннего молодежного туристского потока можно определить изменение доли путешествующей молодежи от числа всех молодых людей в стране (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Прогнозируемая доля путешествующей молодежи по внутренним направлениям от числа всех молодых людей в стране

Вариант прогноза	Год										
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Реалистичный	0,467	0,482	0,494	0,506	0,520	0,530	0,541	0,553	0,564	0,573	0,585
Пессимистичный	0,477	0,496	0,519	0,538	0,558	0,578	0,594	0,611	0,626	0,641	0,658
Оптимистичный	0,491	0,518	0,541	0,566	0,587	0,609	0,633	0,650	0,669	0,691	0,714

Источник: рассчитано автором

Таким образом, прогноз развития молодёжного туризма в разрезе трёх сценариев отражает возможные направления изменений результирующего показателя объёма молодёжного внутреннего туристского потока с учётом риска и неопределённости внешних факторов, а также показывает, что в случае пессимистичного прогноза развитие молодёжного туризма в России даже с экономической точки зрения можно считать оправданным.

Заключение

Проведенные в работе исследования в области формирования социально-экономической модели развития молодежного туризма позволили сделать следующие выводы:

1. Исследование сущности и содержательных характеристик молодежного туризма позволило предложить научно обоснованный подход к трансформации социально-экономического содержания молодёжного туризма, основывающийся на закономерностях периодизации этапов развития туризма. Используемый в работе ретроспективный подход к развитию молодежного туризма в России позволил установить взаимосвязь между уровнем развития экономических отношений, используемыми методами управления молодежным туризмом и изменением целей мобильности молодых людей. Обоснована сущность молодежного туризма через формирование ценностно-ориентированной личности путем создания молодежных турпродуктов, направленных на достижение экономических, культурно-образовательных и духовно-нравственных целей на основе выделения приоритетных видов туризма.

2. На основе анализа тенденций развития молодежного туризма в России (переориентация молодежи на внутренний туристский рынок, популяризация сервисов онлайн-бронирования, рост инвестиций в элитный отдых и отсутствие стимулирования низкобюджетных средств размещения, повышение заинтересованности молодых туристов к экстремальному и развлекательному видам туризма при снижении посещаемости культурных объектов и др.) выявлены экономические, социально-демографические, инфраструктурные и цифровые факторы развития молодежного туризма. Определены наиболее существенные факторы развития молодежного туризма: величина и доля национального дохода, направляемого на социальные нужды; темпы роста заработной платы; численность молодежи; объем низкобюджетных средств

размещения; наличие льготно-скидочной системы на туристские услуги; уровень развития информационных сервисов; транспортная доступность туристских дестинаций. Проведена оценка влияния факторов на темпы молодежного внутреннего турпотока, что позволяет выявить приоритетные направления активизации мер по развитию молодежного туризма.

3. Разработана социально-экономическая модель развития молодежного туризма, реализация которой включает необходимость выполнения основных этапов: определение основных характеристик модели, построение модели, проверка модели с корректировкой, при необходимости. Сформированная модель отражает субъектно-объектный состав управления на государственном, региональном и муниципальном уровнях, взаимосвязи, цели (экономические, культурно-образовательные, духовно-нравственные), институциональные, организационные и экономические методы и инструменты их достижения, ресурсное обеспечение процесса предоставления молодежных туристских услуг. Условием успешного функционирования модели развития молодежного туризма является наличие устойчивой обратной связи от объекта управления к субъекту, что позволяет осуществлять проверку модели и ее последующую корректировку. При реализации модели развития молодёжного туризма учитывается детерминированное синергетическое свойство объединения структурных элементов модели и возникновения между ними межуровневых взаимосвязей, обеспечивающих увеличение общего эффекта от внедрения модели.

4. Реализация предложенной социально-экономической модели развития молодежного туризма устанавливает координацию и коммуникации между субъектами через создание специализированных структур взаимодействия – Федерального Центра молодежного туризма и Совета по молодежному туризму. В диссертации определены их основные задачи и функции, разработана организационная структура. Предложено совершенствование информационного обеспечения развития молодежного туризма с использованием платформенного подхода и формированием цифровой молодежной туристской платформы. Обоснована необходимость выстраивания взаимовыгодной и эффективной

системы партнёрского взаимодействия между государством, коммерческими и общественными организациями сектора молодёжного туризма для учета интересов участников сотрудничества и привлечения частных инвестиций в социально значимые проекты. Для привлечения потребителей к сегменту молодёжного туризма разработан турпродукт образовательной направленности с применением игровых и интерактивных технологий. Составлен прогноз развития молодёжного туризма по трем сценариям: согласно реалистичному сценарию к 2032 году объем внутреннего молодёжного турпотока составит 20,7 млн чел.; согласно пессимистичному прогнозу – 18,32 млн чел.; согласно оптимистичному прогнозу – 22,79 млн чел. Развитие молодёжного туризма в России с экономической точки зрения можно считать оправданным при составленных прогнозных сценариях.

Список литературы

1. Абрамова, С. Б. Методология и методы социологического изучения социальных измерений [Текст] / С.Б. Абрамова, Н.Л. Антонова, А.В. Меренков. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2020. – 112 с.
2. Акции и бонусы РЖД [Электронный ресурс] // Официальный сайт РЖД. – Режим доступа: <https://www.rzd.ru/ru/9331> (дата обращения: 27.02.2022).
3. Алексеева, М. Б. Теория систем и системный анализ: учеб. и практ. для акад. бак. [Текст] / М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. – М.: Юрайт, 2019. – 304 с.
4. Андреев, А. Ю. Русские студенты в немецких университетах XVIII – первой половины XIX века [Текст] / А.Ю. Андреев. – М.: Изд-во «Знак», 2005. – 432 с.
5. Анисимова, Н. Д. Дерево целей [Текст] / Н.Д. Анисимова. – М.: Спутник+, 2020. – 210 с.
6. Антонов, Е. Б. Опыт педагогической деятельности общества «Молодая жизнь» [Текст] / Е.Б. Антонов // Ярославский педагогический вестник. – 2010. – № 1. – С. 58 – 61.
7. Антохонова, И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов [Текст] / И.В. Антохонова. – М.: Юрайт, 2019. – 213 с.
8. Арсеньев, А. В. История посылки первых русских студентов за границу при Борисе Годунове [Текст] / А.В. Арсеньев. – СПб.: Д.Ф. Федоров (сын), 1887. – 20 с.
9. Артемова, Е. Н. Основные виды туризма: учеб.-метод. пособ. для ВПО [Текст] / Е.Н. Артемова, О.Г. Владимирова. – Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2015 – 172 с.
10. Архипов, А. И. Экономический словарь [Текст] / А.М. Архипов. – М.: Проспект, 2013. – 663 с.
11. Багдасарян, В. Э. История туризма: учеб. пособ. [Текст] / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, А.Д. Попов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 190 с.

12. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие [Текст] / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 352 с.
13. Белгородский, А. В. Ученические экскурсии. Краткий исторический очерк, значение и организация [Текст] / А.В. Белгородский. – Петроград: Издательство Н. П. Карбасникова, 1916. – 100 с.
14. Белокуров, С. А. О немецких школах в Москве в первой четверти XVIII века [Электронный ресурс] / С.А. Белокуров. - Москва : О-во истории и древностей рос. при Моск. ун-те, 1907. – Режим доступа: https://azbyka.ru/otechnik/Sergej_Belokurov/o-nemetskih-shkolah-v-moskve-v-pervoj-chetverti-18-v-1701-1715-gg/ (дата обращения: 22.02.2022).
15. Белякова, М. Ю. Влияние пандемии COVID-19 на состояние туризма и возможности его развития после прекращения пандемии [Текст] / М. Ю. Белякова // Россия и мир. Мировая экономика и международные отношения в эпоху многополярного мира: сб. науч. ст. / под ред. О.В. Архиповой, А.И. Климина. – Санкт-Петербург: ООО «Фора-принт». – 2020. – С. 14-20.
16. Белякова, М. Ю. Проблемы молодежного туризма в Крыму / М. Ю. Белякова [Текст] // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: Сборник научных трудов / Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского». – Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2020. – С. 223-227.
17. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для академического бакалавриата [Текст] / Л.Г. Березовая. – М.: Юрайт, 2021. – 477 с.
18. Берлин, С. И. Молодежный туризм эконом-класса как новое направление развития туризма в России [Текст] / С.И. Берлин, Д.В. Копылова // Актуальные аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного хозяйственного развития: Сборник статей XXXIII Международной научно-практической конференции, Сочи, 04–06 октября 2018 года / Под ред. Г.Б. Клейнера, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. – Сочи: АНО «Научно-исследовательский институт истории, экономики и права», 2018. – С. 58-62.

19. Богданов, А. П. Повседневная жизнь Древней Руси [Текст] / А.П. Богданов, А.А. Юрьев. – М.: Молодая гвардия, 2016. – 528 с.
20. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма: учеб. [Текст] / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
21. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учеб. пособ. для вузов [Текст] / С.А. Боголюбова. – Москва: Юрайт, 2022. – 231 с.
22. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bse.slovaronline.com/> (дата обращения: 15.02.2022).
23. Буйленко, В. Ф. Туризм : учеб. [Текст] / В.Ф. Буйленко. – М.: Феникс, 2015. – 465 с.
24. Бюллетень Счетной Палаты РФ: молодежная политика. – 2021. – № 12 (289). – 193 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/d59/5w5p6o6l86glyntiqm0vblz580390knl.pdf> (дата обращения: 05.04.2022).
25. Власов, М. П. Моделирование экономических процессов: учебник [Текст] / М.П. Власов. – М.: Феникс, 2005. – 409 с.
26. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в РФ: текущая ситуация и перспективы восстановления [Электронный ресурс] / КРМГ. – 2020. – 32 с. – Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2020/12/ru-ru-tourism-in-russia-current-situation-and-recovery-prospects.pdf> (дата обращения: 12.03.2022).
27. Волкова, В. Н. Моделирование систем и процессов: учеб. для вузов [Текст] / В.Н. Волкова, В.Н. Козлов. – М.: Юрайт, 2022. – 450 с.
28. Воронцова, М. Г. Культурно-образовательный и событийный туризм в системе международной торговли услугами [Текст] / М.Г. Воронцова, А.В. Кучумов // Журнал правовых и экономических исследований. – 2017. – № 2. – С. 148-154.
29. Габдрахманов, Н. К. «От волги до Енисея...»: образовательная миграция молодежи в России [Текст] / Н. К. Габдрахманов, Н.Ю. Никифорова, О.В. Лешуков. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 48 с.

30. Ганопольский, В. И. Туризм и спортивное ориентирование: учебник для институтов и техникумов физической культуры [Текст] / В.И. Ганопольский. – М.: Физкультура и спорт, 1987. – 240 с.

31. Генш, В. Х. План предприемлемого путешествия в чужие краи, сочиненный по требованию некоторых особ содержателем благородного пансиона Вениамином Геншем [Текст] / В.Х. Генш. - М.: Печ. при Имп. Моск. ун-те, 1777.

32. Годовая статистика предприятий по специальным совокупностям видов деятельности [Электронный ресурс] / Официальный сайт Евростата. – Режим доступа: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_na_sca_r2\\$DV_122/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_na_sca_r2$DV_122/default/table?lang=en) (дата обращения: 14.02.2022).

33. Гостиницы и аналогичные средства размещения [Электронный ресурс] / Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/?http://www.gks.ru/> (дата обращения: 27.02.2022).

34. Гохберг, Л. М. Образование в цифрах: краткий статистический сборник 2020 [Текст] / Л.М. Гохберг, О.К. Озерова, Е.В. Саутина, Н.Б. Шугаль. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 120 с.

35. Департамент по делам молодежи Совета Европы [Электронный ресурс] / Официальный сайт Совета Европы. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/youth/home> (дата обращения: 26.02.2022).

36. Детско-юношеский туризм в Германии [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федерального министерства экономики и защиты экологии. – Режим доступа: <https://www.bmwi.de/Navigation/DE/Home/home.html> (дата обращения: 22.02.2022).

37. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19 [Электронный ресурс] / Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. 2020. – 17 с. – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf (дата обращения: 15.03.2022).

38. Долженко, Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР [Текст] / Г.П. Долженко. – Ростов: Изд-во Ростовского ун-та, 1988. – 192 с.
39. Долженко, Г. П. История туризма: учебник для вузов [Текст] / Г.П. Долженко, Ю.С. Путрик, А.И. Черевкова. – М.: Юрайт, 2020. - 227 с.
40. Дружинин, Н.М. Декабрист И.Д. Якушкин и его ланкастерская школа [Текст] / Н.М. Дружинин. – Иркутск: Восточно-сибирское книжное издательство, 1975. – 63 с.
41. Дубина, И.Н. Основы математического моделирования социально-экономических процессов: учебник и практикум для вузов [Текст] / И.Н. Дубина. – М.: Юрайт, 2022. – 349 с.
42. Европа 2020: европейская стратегия разумного, устойчивого и инклюзивного роста [Электронный ресурс] / Официальный сайт Европейского Союза. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (дата обращения: 16.02.2022).
43. Европейский молодежный фонд: финансирование и структура [Электронный ресурс] / Официальный сайт Европейского молодежного фонда. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/european-youth-foundation> (дата обращения: 26.02.2022).
44. Житенев, С. Ю. Российский энциклопедический словарь «Туризм» [Текст] / С.Ю. Житенев. – М.: Институт Наследия, 2018. – 490 с.
45. Журнал министерства народного просвещения. Часть СССXXXI. СПб., сентябрь 1900. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://runivers.ru/bookreader/book460120/#page/1/mode/1up> (дата обращения: 12.12.2021).
46. Заграновская, А. В. Системный анализ: учебное пособие для вузов [Текст] / А.В. Заграновская, Ю.Н. Эйслер. – М.: Юрайт, 2021. – 424 с.
47. Зарплаты молодых специалистов [Электронный ресурс] / Сбербанк, 2018. – 7 с. – Режим доступа:

https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/pdf/zarplaty_molodykh_spetsialistov.pdf (дата обращения: 16.03.2022).

48. Звонарев, С. В. Основы математического моделирования: учебное пособие [Текст] / С.В. Звонарев. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. – 112 с.

49. Зотов, В. В. Социологические исследования в экономике и управлении: учебник для бакалавров [Текст] / В.В. Зотов, М.П. Куркина. – М.: Дашков и К, 2020. – 222 с.

50. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов [Текст] / И.Ф. Игнатъева. – Москва: Юрайт, 2021. – 392 с.

51. Инвестиции в туристическую отрасль Кубани выросли в 2021 году в 3,5 раза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84090/> (дата обращения: 20.01.2022).

52. Иностранцы туристы в России [Электронный ресурс] / Федеральное агентство по туризму, 2017. – 12 с. – Режим доступа: https://tourism.gov.ru/Tourism_Survey_Final_.pdf (дата обращения: 14.02.2022).

53. Итоги мероприятий за 2021 год [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федерального центра детско-юношеского туризма, краеведения и организации отдыха и оздоровления детей. – Режим доступа: <https://fcdtk.ru/page/1576050189652-itogi-meropriyatij> (дата обращения: 26.02.2022).

54. Как экономить 13 тысяч в год благодаря студенческому билету [Электронный ресурс] / Тинькофф журнал. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/studak/> (дата обращения: 27.02.2022).

55. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм: учебное пособие для вузов [Текст] / А.В. Каменец, М.С. Кирова – М.: Юрайт, 2021. – 192 с.

56. Карамзин, Н. М. Избранные сочинения в двух томах. Том первый. Письма русского путешественника. Повести. [Текст] / Н.М. Карамзин. - М.: Художественная литература, 1964. – 786 с.

57. Карасев, И. Е. Организация детско-юношеского и молодежного туризма: учеб. пособ. [Текст] / И.Е. Карасев. - Омск: Изд-то ОмГТУ, 2017. – 85 с.

58. Карпова, Г. А. Информационные технологии в молодежном туризме [Текст] / Г.А. Карпова, А.В. Кучумов, С.В. Артемьева // Вестник Национальной академии туризма. – 2018. – № 2(46). – С. 21-25.

59. Карпова, Г. А. Факторы, оказывающие воздействие на объем продаж туристских услуг [Текст] / Г.А. Карпова, М.В. Волошинова, А.В. Кучумов, Е.В. Печерица // Журнал правовых и экономических исследований. – 2019. – № 4. – С. 183-188.

60. Ключевский, В. О. Русская история: полный курс лекций. Т. 3. [Текст] / М.: АСТ, Мн.: Харвест, 2002. – 592 с.

61. Комовский, А. Г. Спутник юного туриста [Текст] / А.Г. Комовский. - М.: Учпедгиз, 1952. – 91 с.

62. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 года : Постановление губернатора Краснодарского края от 5 ноября 2015 года № 1007 (ред. 30.11.2021) [Электронный ресурс] // Официальный Интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/2300201511120024?index=0&rangeSize=1> (дата обращения: 26.02.2022)

63. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы): Распоряжение Правительства РФ от 5 мая 2018 г. № 872-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/18eb24005fd062573c142fb7f98769137ce7d974/ (дата обращения: 11.03.2022).

64. Копылова, Д. В. Стимулирование молодежного туризма путем совершенствования Российской молодежной институциональной среды в муниципальных образованиях [Текст] / Д.В. Копылова, С.И. Берлин // Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости: Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, Краснодар, 25 мая 2018 года. – Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ- филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2018. – С. 12-17.

65. Куприна, Л. Е. Активный туризм: учеб. пособ. [Текст] / Л.Е. Куприна. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2011. – 304 с.
66. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края за 2012-2016 годы: Статистический сборник [Текст] // Краснодарстат – Краснодар, 2017. – 97 с.
67. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края за 2016-2020 годы: Статистический сборник [Текст] // Краснодарстат – Краснодар, 2021. – 122 с.
68. Кутьин, И. В. Тенденции развития сферы студенческого спорта через призму спортивного туризма [Текст] / И.В. Кутьин, Е.М. Андропова // Современное педагогическое образование. – 2020. – № 3. – С. 27-31.
69. Кучумов, А. В. Опыт создания и развития туристско-рекреационных зон в России [Текст] / А.В. Кучумов, Я.С. Тестина, М.В. Волошинова // Вестник Национальной академии туризма. – 2021. – № 4(60). – С. 17-19.
70. Кучумов, А. В. Оценка туристического потенциала региона (на примере образовательного туризма) [Текст] / А.В. Кучумов, Е.В. Печерица, М.В. Волошинова // Вестник Национальной академии туризма. – 2020. – № 4(56). – С. 55-56.
71. Лаврова, Т. А. Анализ экономического состояния индустрии туризма Российской Федерации в условиях распространения COVID-19 [Текст] / Т.А. Лаврова // Вестник Национальной академии туризма. – 2020. – № 4(56). – С. 10-13.
72. Лаврова, Т. А. Государственно-частное партнерство как основа интенсивного развития туризма в России [Текст] / Т.А. Лаврова, С.А. Уваров // Журнал правовых и экономических исследований. – 2017. – № 2. – С. 190-195.
73. Лаврова, Т. А. Процессы управления развитием туризма с использованием цифровых технологий [Текст] / Т.А. Лаврова, С.А. Уваров // Журнал правовых и экономических исследований. – 2021. – № 1. – С. 131-135.

74. Лебедева, И. М. Макроэкономическое планирование и прогнозирование [Текст] / И.М. Лебедева, А.Ю. Федерова. – СПб.: Университет ИТМО, 2016. – 54 с.

75. Логунцова, И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы [Текст] / И.В. Логунцова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 80. – С. 50-65.

76. Лунева, Е. В. Формирование ценностей здорового образа жизни / Организация работы с молодежью: методы, формы, технологии в современных условиях: коллективная монография [Текст] / под общ. ред. К. А. Фомичева. – Курган: Изд-во Курганского гос. университета, 2017 – 152 с.

77. Мазин, К. А. «Окно в Европу» и начало российского «академического зарубежья» [Текст] / К.А. Мазин // Новый исторический вестник. – 2009. – № 4 (22). – С. 5–14.

78. Международный молодежный форум «Молодежь в мире туризма» [Электронный ресурс] / Официальный сайт университета имени Герцена. – Режим доступа: <https://www.herzen.spb.ru/> (дата обращения: 26.02.2022).

79. Могильчак, Е. Л. Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании: учебное пособие [Текст] / Е.Л. Могильчак. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015 – 120 с.

80. Молодежная политика Совета Европы [Электронный ресурс] / Официальный сайт Совета Европы. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/youth/council-of-europe-youth-policy> (дата обращения: 26.02.2022).

81. Молодежная Стратегия Европейского Союза [Электронный ресурс] / Официальный сайт Европейского Союза. – Режим доступа: https://europa.eu/youth/strategy_en (дата обращения: 26.02.2022).

82. Молодежные программы Европейского Союза: 1988-2013 годы [Электронный ресурс] / Европейская Комиссия, 2018. – Режим доступа: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2013/19/noticias/25ansEUYouth.pdf> (дата обращения: 25.02.2022).

83. Молодежный туризм [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федерации спортивного туризма России. – Режим доступа: <https://tssr.ru/youth/> (дата обращения: 26.02.2022).

84. Молодежь [Электронный ресурс] / Официальный сайт Организации Объединенных Наций. – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/global-issues/youth> (дата обращения: 13.02.2022).

85. Молодежь в Содружестве Независимых Государств и цели устойчивого развития [Текст] / Межгосударственный статистический комитет СНГ, ЮНФПА. – М., 2021. – 36 с.

86. Музеи и зоопарки Российской Федерации в цифрах: 2020 [Текст] / ГИВЦ Минкультуры России, 2021. – 114 с.

87. Муравьева, Т. В. Иван Федоров [Текст] / Т.В. Муравьева. - М.: Молодая гвардия, 2011. Жизнь замечательных людей: Малая серия: сер. биогр.; Вып. 18. – 442 с.

88. Направления деятельности Российского Союза молодежи [Электронный ресурс] / Официальный сайт Российского союза молодежи. – Режим доступа: <https://www.ruu.ru/rsm/> (дата обращения: 05.02.2022 г.).

89. Народонаселение мира в 2014 году [Текст] / Доклад Фонда Организации Объединенных Наций в области народонаселения, 2014. – 138 с.

90. Нечаев, В. И. Экономический словарь: справочное издание [Текст] / В.И. Нечаев, П.В. Михайлушкин. – Краснодар: Атри, 2011. – 464 с.

91. Новиков, Н. И. Избранные сочинения [Текст] / М.: Государственное издательство художественной литературы, 1951.

92. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/news/57425> (дата обращения: 13.03.2022).

93. О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности : Указ Президента РФ от 5 июня 2020 года № 372. –

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45581> (дата обращения: 16.03.2022).

94. О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 года № 2129-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 13.02.2022).

95. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»: Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/55171986/> (дата обращения: 18.03.2022).

96. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1994 года № 132-ФЗ (ред. 02.07.2021 г.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/10273> (дата обращения: 19.03.2022).

97. Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае»: Постановление Правительства Алтайского края от 23 марта 2020 года № 125. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/570717387> (дата обращения: 06.02.2022).

98. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»: Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 № 2439 (ред. от 19.02.2022). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

99. Об утверждении государственной программы Ярославской области «Развитие туризма и отдыха в Ярославской области» на 2021-2025 годы»: Постановление Правительства Ярославской области от 28 января 2021 года № 24-п. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/574684788> (дата обращения: 26.02.2022).

100. Об утверждении Правил предоставления в 2021 году из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных

карт» на реализацию программы поддержки доступных внутренних туристских поездок в организации отдыха детей и их оздоровления через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги : Постановление от 19 мая 2021 г. №759. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/sYQJmv0LynEaYQAMIDYjZbgYscpE5Drt.pdf> (дата обращения: 26.02.2022).

101. Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым на период до 2030 года: Распоряжение Совета министров Республики Крым от 28 июня 2019 года № 774-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rk.gov.ru/ru/document/show/17521> (дата обращения: 26.02.2022).

102. Обручев, С. В. Справочник путешественника и краеведа. Том I [Текст] / С.В. Обручев. – М.: Государственное издательство географической литературы, 1949. – 561 с.

103. Овчаров, А. О. Экономика туризма: учеб. пособ. [Текст] / А.О. Овчаров. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 253 с.

104. Организационная схема Главного управления Демократией Совета Европы [Электронный ресурс] / Официальный сайт Совета Европы. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/democracy/home> (дата обращения: 26.02.2022).

105. Орлов, А. И. Организационно-экономическое моделирование: учебник: в 3 ч. Ч.2. Экспертные оценки [Текст] / А.И. Орлов. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011.

106. Орлов, И. Б. Молодежный выездной туризм в СССР [Текст] / И.Б. Орлов // Вестник МГОУ. – 2013. - № 2. – С. 1 – 9.

107. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 года № 2403-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/93887/> (дата обращения: 19.03.2022).

108. Отчет о деятельности Европейского молодежного фонда за 2021 год. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rm.coe.int/euyf-2021-annual-report-final-24-feb-2022-rev/1680a5a106> (дата обращения: 26.02.2022).

109. Отчет о деятельности Учебного Отдела Общества Распространения Технических Знаний за 1910 и 1911 годы [Текст]. – М.: Типография Т-ва И.Д. Сытина, 1913. – 83 с.

110. Официальный сайт Ассоциации европейских туроператоров. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.etoa.org/> (дата обращения: 26.02.2022).

111. Официальный сайт Ассоциации немецких молодежных хостелов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jugendherberge.de/> (дата обращения: 26.02.2022).

112. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://duma.gov.ru/> (дата обращения: 05.02.2022 г.).

113. Официальный сайт Европейской федерации ассоциации молодежных хостелов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eufed.org/contacts/european-youth-hostel-associations> (дата обращения: 26.02.2022).

114. Официальный сайт молодежная карты Euro<26. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://euro26.org.ru/> (дата обращения: 27.02.2022).

115. Официальный сайт молодежной карты ISIC. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://isic.ru/cards/isic/> (дата обращения: 27.02.2022).

116. Официальный сайт программы «Erasmus+». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/> (дата обращения: 26.02.2022).

117. Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/> (дата обращения: 05.02.2022 г.).

118. Палаткина, Г. В. Молодежный туризм: учеб. пособ. [Текст] / Г.В. Палаткина. – М.: КНОРУС, 2016. – 206 с.

119. Пассажи́рские перево́зки [Электронный ресурс] / Официальный сайт Московских железных дорог. – Режим доступа: <https://mzd.rzd.ru/> (дата обращения: 27.02.2022).

120. Патриотическое воспитание граждан России : Паспорт Федерального проекта (2021-2024) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Минпросвещения России. – Режим доступа: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/> (дата обращения: 27.02.2022).

121. Перегудов, Ф. И. Введение в системный анализ: Учебное пособие для вузов [Текст] / Ф.И. Перегудов, Ф.П. Тарасенко. – Москва : Издательство «Высшая Школа», 1989. – 368 с.

122. Писаревский, Е. Л. Основы туризма: учебник [Текст] / под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. - 384 с.

123. Повышение доступности туристских услуг : Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/a3e/FP-Povyshenie-dostupnosti-turistskikh-uslug.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

124. Полное собрание законов Российской империи. Том XXII. С 1784 по 1788. [Текст]. – СПб.: Типография II отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1830. – 1174 с.

125. Полное собрание законов Российской империи. Том XXVIII. С 1804 по 1805. [Текст]. – СПб.: Типография II отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1830. – 1552 с.

126. Положение об Экспертном совете по туризму при Комитете Совета Федерации по социальной политике. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://social.council.gov.ru/structure/advisory_councils/tourism/54161/ (дата обращения: 05.02.2022 г.).

127. Портрет туриста: кто чаще всего посещает Москву. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moscowseasons.com/news/portret-turista-kto-chashche-vsego-poseshchaet-moskvu/> (дата обращения: 27.02.2022).

128. Программа Центра современных языков [Электронный ресурс] // Официальный сайт Центра современных языков Европы. – Режим доступа: <https://www.ecml.at/> (дата обращения: 13.02.2022).

129. Путрик, Ю. С. История туризма: учеб. [Текст] / Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.

130. Радищев, А. Н. Путешествие из Петербурга в Москву [Текст]. – М.: Азбука, 2018. – 288 с.

131. Развитие туристской инфраструктуры: Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcmбсzа.xn--p1ai/upload/iblock/31b/FP-Razvitie-turistskoy-infrastuktury.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

132. Расходы туриста по возрастным группам [Электронный ресурс] // Официальный сайт Евростата. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_exage/default/table?lang=en (дата обращения: 14.02.2022).

133. Романов, Б. А. Люди и нравы Древней Руси [Текст] / Б.А. Романов. – М.: ЛомоносовЪ, Серия «История. География. Этнография», 2022. – 224 с.

134. Романов, С. М. Факторы, влияющие на эффективность молодежного спортивного туризма / С.М. Романов // Наука Красноярья. – 2016. – №4. – С. 189-195.

135. Самые популярные туристские молодежные направления России [Электронный ресурс] // Официальный сайт туроператоров России. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/55294.html> (дата обращения: 27.02.2022).

136. Сарафанова, А. Г. Воздействие COVID-19 на мировую туристскую индустрию [Текст] / А.Г. Сарафанов, А.А. Сарафанова // Вестник Московского государственного областного университета. Экономика. – 2021. – № 3. – С. 23-34.

137. Сборник Ялтинского отделения Крымского горного клуба [Текст], СПб.; Ялта, 1903. – 75 с.

138. Сивков, К. В. Путешествия русских людей за границу в XVIII веке [Текст] / К.В. Сивков. - СПб.: Книгоиздательство «Энергия», 1914. – 134 с.

139. Сказания князя Курбского. Ч.1. История Иоанна Грозного. [Текст], СПб., 1833. – 316 с.

140. Скидки и льготы пассажирам [Электронный ресурс] // Официальный сайт Северо-Кавказской железной дороги. – Режим доступа: <https://skzd.rzd.ru/> (дата обращения: 27.02.2022).

141. Совершенствование управления в сфере туризма : Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcmбсза.xn--p1ai/upload/iblock/7ff/FP-Sovershenstvovanie-upravleniya-v-sfere-turizma.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

142. Советов, Б.Я. Моделирование систем: учеб. для akad. бак. [Текст] / Б.Я. Советов, С.А. Яковлев. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 343 с.

143. Социальная активность: Паспорт федерального проекта. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://xn--11acd1.xn--p1ai/sites/new.mnso.ru/wodby_files/files/wiki/2016/05/pasport_federalnogo_proekta_socialnaya_aktivnost.pdf (дата обращения 01.04.2022 г.).

144. Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному дню туризма [Электронный ресурс] // Росстат, М., 2021. – 21 с. – Режим доступа: rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm-2021.docx (дата обращения: 05.03.2022).

145. Статистический бюллетень: численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2021 года [Электронный ресурс] // Росстат, М., 2021. – 443 с. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf (дата обращения: 10.03.2022).

146. Стахова, Л. В. Основы туризма: учебник для вузов [Текст] / Л.В. Стахова. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 327 с.

147. Стеблецов, Е. А. Спортивно-оздоровительный туризм и спортивное ориентирование: учебное пособие для вузов [Текст] / Е.А. Стеблецов, Ю.С. Воронов, В.В. Севастьянов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 195 с.

148. Стельмашонок, Е. В. Моделирование процессов и систем : учебник и практикум для вузов [Текст] / Е.В. Стельмашонок, В.Л. Стельмашонок, Л.А. Еникеева, С.А. Соколовская. – М.: Юрайт, 2022. – 289 с.

149. Стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги в рамках Программы лояльности для держателей карт «Мир» : Правила акции Оператора. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://privetmir.ru/russiatravel/rules.pdf> (дата обращения: 20.01.2022).

150. Стратегия молодежного сектора до 2030 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт молодежной политики Совета Европы. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-policy> (дата обращения: 06.02.2022).

151. Таймазова, В. А. Теория и методика спортивного туризма : учебник [Текст] / В.А. Таймазова, Ю.Н. Федотов. – М.: Советский спорт, 2014. – 424 с.

152. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата [Текст] / А.В. Тебекин. – М. : Юрайт, 2019. – 333 с.

153. Тизенгаузен, Н. В ростовском клубе туристов [Текст] / Н. Тизенгаузен // На суше и на море. – 1938. – № 1. – С. 2.

154. Тимерманиса, И. Е. Социология. Методика проведения социологических исследований: учебное пособие для вузов [Текст] / И.Е. Тимерманиса, А.Г. Танова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 118 с.

155. Туризм и индустрия гостеприимства : Паспорт национального проекта (утв. Ростуризмом в редакции от 10.11.2021). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/d3e/NatsProekt-Turizm-i-industriya-gostepriimstva.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

156. Туристический кэшбек. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--b1afakdgpzinidibe.xn--p1ai/> (дата обращения: 27.02.2022).

157. Туристская сессия [Текст] // Турист. – 1971. – № 7. – С. 3.

158. Туристские итоги 2021 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт Туроператоров России. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения: 28.02.2022).

159. Факты и статистика [Электронный ресурс] // Официальный сайт Международной конфедерации индустрии молодежного туризма. – Режим доступа: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (дата обращения: 13.02.2022).

160. Функции Федерального агентства по делам молодежи [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи. – Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/> (дата обращения: 05.02.2022 г.).

161. Функции Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федерального агентства по туризму. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 05.02.2022 г.).

162. Хохлов, А. 40 лет в туризме: юбилейное издание «Спутника» [Текст] / А. Хохлов. – М.: Спутник, 1998. – 200 с.

163. Цифровая культура : Паспорт федерального проекта. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://storage.strategy24.ru/files/project/201904/04967ae583d12bf59f00552d4bcada35.pdf> (дата обращения 01.04.2022 г.).

164. Численность населения России по полу и возрасту [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284> (дата обращения: 27.02.2022).

165. Число иностранных студентов в России за три года выросло на 26 тысяч [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства науки и высшего образования РФ. – Режим доступа: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=46158 (дата обращения: 27.02.2022).

166. Экономическая ценность международного студента [Электронный ресурс] // Официальный сайт Ассоциации международных педагогов (NAFSA). – Режим доступа: <https://www.nafsa.org/policy-and-advocacy/policy-resources/nafsa-international-student-economic-value-tool-v2> (дата обращения: 16.02.2022).

167. Электронный портал «Мир путешествий» [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму. – Режим доступа: <https://xn--b1afakdgpzinidi1be.xn--p1ai/> (дата обращения: 20.01.2022).

168. Юбилейный сборник Крымско-Кавказского горного клуба [Текст] / под ред. М.А. Познанского. – Одесса, 1915.

169. Asan, K. Covid-19 pandemic on youth tourism [Text] / K. Asan // Journal of Mediterranean Tourism Research. – 2021. – V. 1, I.1. – P. 1-10.

170. Blomgren, E. Youth Tourism: Impacts on places from a consumer perspective [Electronic resource] / E. Blomgren, S. Ljungström. – Available at: <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1182217/FULLTEXT02.pdf> (date of access: 24.02.2022).

171. Cavalli, M. Language diagnostics in multilingual settings with respect to continuous procedures as accompaniment of individualized learning and teaching / M. Cavalli, A. Creshan. – Directorate of Education and Languages, 2009. – [Electronic resource]. – Available at: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805a1cac> (date of access: 18.02.2022)

172. Chatterjee, K. Young People's Travel – What's Changed and Why? Review and Analysis [Text] / K. Chatterjee, P. Goodwin. – University of Oxford. 2018. – 72 p.

173. Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment [Electronic resource] / Education Department Council of Europe, 2018. – Available at: <https://rm.coe.int/cefr-companion-volume-with-new-descriptors-2018/1680787989> (date of access: 20.02.2022).

174. Desai, N. Global opportunity youth in the travel & tourism sector [Text] / N. Desai. – The Aspen Institute, 2020. – 43 p.

175. Education and Training Monitor 2021: Education and well-being [Electronic resource] // European Commission. – Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8599033b-57d9-11ec-91ac-01aa75ed71a1/language-en> (date of access: 26.02.2022).

176. Global report on the power of youth travel [Electronic resource] // UNWTO and WYSE, 2016. – 60 p. – Available at: <https://www.wysetc.org/wp->

content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf (date of access: 26.02.2022).

177. Gonet, G. Le tourisme des jeunes: Analyse stratégique du marché à partir des données existantes [Text] / G. Gonet. – Atout France, 2005. – 60 p.

178. Homan, M. Study on stakeholder involvement in external quality assurance [Electronic resource] / M. Homan, J. Grodecki. – Romanian Ministry of Education and Research, 2020. – Available at: https://esqa.ro/wp-content/uploads/2020/09/Study-on-stakeholder-involvement-in-EQA_web_n.pdf (date of access: 26.02.2022).

179. Infographic package - statistics from the Annual Report Erasmus+ 2020 in numbers. – [Electronic resource]. – Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c389b526-5cc4-11ec-91ac-01aa75ed71a1/language-en> (date of access: 26.02.2022).

180. Insights into youth policy governance [Electronic resource] / Council of Europe and European Commission, 2018. – Available at: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261953/122018-Insights_web.pdf/99400a12-31e8-76e2-f062-95abec820808 (date of access: 26.02.2022).

181. Kirsten, G. Sustainable Youth Tourism [Text] / G. Kirsten. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. – P. 100.

182. New Horizons IV [Text] / Wyse Travel Confederation, 2018. – P. 70.

183. Ordaz-Mejía, D. Significados del viaje turístico en jóvenes millenials. Caso de estudio: Texcoco [Text] / D. Ordaz-Mejía, M. Osorio-García // Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. – 2018. – V. 16, N. 2, pp. 897–912.

184. Preko, A. The future of youth tourism in Ghana: motives, satisfaction and behavioural intentions [Text] / A. Preko, F. Doe, S.A. Dadzie // Journal of Tourism Futures. – Vol. 5, No. 1. – 2019. – P. 5–21.

185. Richards, G. The challenge of covid-19 for youth travel [Electronic resource] / G. Richards, W. Morrill. – Covid-19 tourism impacts, 2021. – Available at: <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/the-challenge-of-covid-19-for-youth-travel> (date of access: 26.02.2022).

186. Richards, G. Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to The Serial Reproduction of Culture? [Text] / G. Richards, J. Wilson // *Tourism Management*. – 2006. – № 27(6). – P. 1209–1223.

187. Rotary youth exchange: annual report 2019-2020 [Electronic resource] // Rotary. – Available at: <https://my.rotary.org/en/document/rotary-youth-exchange-annual-report> (date of access: 06.03.2022).

188. Staffieri, S. L'esperienza turistica dei giovani italiani [Electronic resource] / S. Staffieri. – Sapienza Università Editrice, 2016. – 254 p. – Available at: https://www.editricesapienza.it/sites/default/files/5411_Staffieri_EsperienzaTuristicaGiovaniItaliani.pdf (date of access: 06.03.2022).

189. Structural Indicators for Monitoring Education and Training Systems in Europe: 2017 [Electronic resource] / European Commission. – Available at: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/publications_en (date of access: 06.03.2022).

190. Tagesausflüge und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland und deren wirtschaftliche Bedeutung [Electronic resource] / Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), 2014. – 114 p. – Available at: http://www.kinder-und-jugendtourismus.de/wp-content/uploads/Teil-VI_Gruppendiskussionen-mit-Kindern-Jugendlichen-und-jungen-Erwachsenen.pdf (date of access: 06.03.2022).

191. Tapia, S. Turismo juvenil? Los viajes en las biografías de jóvenes de barrios populares de Buenos Aires [Text] / S. Tapia // *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. – № 12 (3). – 2018. – P. 104-123.

192. The Power of Youth Travel [Electronic resource] // UNWTO – WYSE, 2011. – Available at: <https://www.unwto.org/archive/middle-east/publication/power-youth-travel> (date of access: 06.03.2022).

193. Thürmann, E. Language(s) of Schooling: Focusing on vulnerable learners [Electronic resource] // Directorate of Education and Languages, 2011. – Available at: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805a1caf> (date of access: 06.03.2022).

194. Tourisme des jeunes comportements et adaptation d'une offre touristique [Electronic resource] / Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, 2019. – Available at: https://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/wp-content/uploads/2021/01/Referentiel_Tourisme-des-jeunes.pdf (date of access: 06.03.2022).

195. Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung [Electronic resource] // Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), 2017. – 80 p. – Available at: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismuspolitischer-bericht.pdf?__blob=publicationFile&v=12 (date of access: 06.03.2022).

196. What else is new for 2020? [Electronic resource] // European Language Gazette. – № 52. – 2020. – Available at: <https://www.ecml.at/News/Newsletter/Gazette52/tabid/4422/language/en-GB/Default.aspx> (date of access: 06.03.2022).

197. Youth travel anticipating 30% Decrease in Business for 2020 / WYSE Travel Confederation, 2020. – [Electronic resource]. – Available at: <https://www.wysetc.org/2020/03/COVID-19-travel-business-impact-series-part-1/> (date of access: 06.03.2022).

198. Zukunftsprojekt Kinder-und Jugendtourismus [Electronic resource] // Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). – Available at: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/zukunftsprojekt-kinder-und-jugendtourismus.pdf?__blob=publicationFile&v=7 (date of access: 06.03.2022).

Анкета исследования туристских предпочтений молодежи

Уважаемый товарищ! Предлагаем Вам заполнить данную анкету. Нам важно узнать Ваше отношение к туризму в Российской Федерации. С Вашей помощью мы сможем выявить проблемы и недостатки в сфере туризма. Пожалуйста, отнеситесь к заполнению анкеты со вниманием и следуйте инструкциям к каждому заданию.

I. Общие сведения

1. Укажите Ваш пол

Мужской

Женский

2. Укажите Ваш возраст

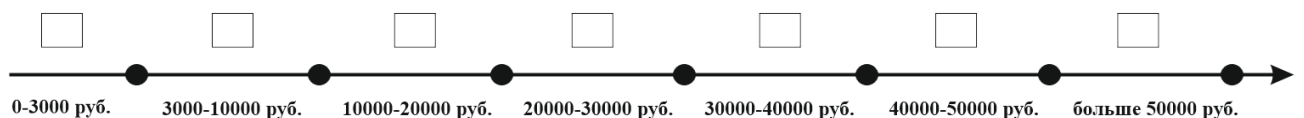
3. Укажите Ваш город проживания

4. Укажите Ваш род деятельности (можно несколько)

студент очной формы обучения
 студент заочной формы обучения
 официально трудоустроен
 работаю неофициально
 нахожусь в поиске работы

Иное: _____

5. На шкале ниже представлены разные интервалы ежемесячного дохода. Укажите тот, который в большей степени отражает Ваши ежемесячные доходы.



II. Основная часть

6. Ниже представлено 11 различных видов туризма. Вам предлагается их ранжировать по трем основаниям следующим образом: 1 – наивысшая оценка, 11 – низшая оценка.

№	Вид туризма	Оценки от «1» до «11»
1	Экстремальный	
2	Экзотический	
3	Культурно-познавательный	
4	Развлекательный	
5	Образовательный	
6	Патриотический	
7	Экологический	
8	Событийный	

9	Лечебно-рекреационный	
10	Спортивный	
11	Сельский	

7. Ранжируйте по степени важности для Вас, где «1» - наиболее важно, составляющие туристского продукта.

№	Составляющая туристского продукта	Оценка важности
1	Комфортное, удобное проживание	
2	Стабильное, вкусное и здоровое питание	
3	Транспортная доступность, обеспечение всего путешествия транспортом	
4	Познавательное содержание	
5	Разнообразие посещаемых мест	
6	Доступная цена, предоставление скидок	

8. Укажите **три основных мотива**, побуждающих вас путешествовать.

<input type="checkbox"/>	получение новых впечатлений
<input type="checkbox"/>	желание развлечься
<input type="checkbox"/>	восстановление после стресса
<input type="checkbox"/>	стремление расширить свои знания
<input type="checkbox"/>	лечение и оздоровление
<input type="checkbox"/>	знакомство с другими культурами и народами
<input type="checkbox"/>	получение образования
<input type="checkbox"/>	посещение друзей или родственников
<input type="checkbox"/>	физическая подготовка
<input type="checkbox"/>	потребность в смене обстановки

Другое: _____

9. Какую часть своих ежемесячных доходов Вы могли бы тратить (откладывать) на туризм?

менее 10% 10-20% 20-30% 30-40% 40-50% более 50%

Большое спасибо за участие в опросе!

Приложение Б
Сравнительная характеристика скидок и льгот, предоставляемых молодежными картами и студенческим билетом в России на 2020 год
в России на 2020 год

Характеристика скидок и льгот, предоставляемых молодежными картами и студенческим билетом в России на 2020 год
Таблица Б

Тип льготного документа/ Характеристика льготного документа	Карта ISIC	Карта ИПС	Карта IYTC	Карта «СОЮЗ»	Студенческий билет	Евро<26
Год начала программы в мире		1953 г.			-	2013 г.
Год начала программы в России		1990 г.			-	2013 г.
Категории получателей	Школьник от 12 лет Учащийся техникума, колледжа или училищ Студент дневного и вечернего отделения очной и очно-заочной формы обучения Аспирант/интерн очной формы обучения Учащийся курсов, длительностью более 9 месяцев	Преподаватель любого учебного заведения, с подтверждением факта ведения преподавательской деятельности не менее 18 часов в неделю.	Все молодые люди в возрасте от 7 до 30 лет (включительно)	Молодые люди в возрасте от 12 до 30 лет	Все учащиеся образовательных учреждений	Молодые люди до 26 лет
Способ получения	Для студентов: Студенческий/аспирантский билет или актуальную справку из учебной части Паспорт или заграничный паспорт Цветную или ч/б фото 3*4 в распечатанном виде	В офисе при обращении лично; Онлайн с самовывозом; Онлайн с доставкой по почте.		Заказ через сайт, получение по почте или при личном обращении	Получение лично	В филиалах Российского союза молодежи
Необходимые для оформления документы		Паспорт или заграничный паспорт Справка с места работы, с указанием учебного заведения и кол-ва часов преподавания Цветная или ч/б фото 3*4 в распечатанном виде	Паспорт/загранпаспорт/автобиография Свидетельство о рождении (для детей с 7 лет) Цветная или ч/б фото 3*4 в распечатанном виде	Паспорт, фото 3*4, подтверждение членства в РСМ	Зачисление в образовательное учреждение	Удостоверение личности (заграничный или российский паспорт, свидетельство о рождении) и портретная

	Предоставляемые льготы заграницей	Предоставляемые льготы в России		Молодёжи	Молодёжи	
	<p>Скидки на проживание в отелях (но чаще в хостелах), перелеты и поездки на поездах (10% скидка на Rail Europe Pass) и автобусах (3€ скидка на билет FixBus), скидки в интернет-магазинах, в автошколах, образовательных центрах</p> <p>Специальные сим-карты с роуминг-тарифами.</p> <p>Обмен валюты без комиссии</p>	<p>Возможность бесплатного доступа в музеи, театры и культурные центры мира</p> <p>Скидки на авиаперелеты, проживание в гостиницах и хостелах</p> <p>Скидки в кафе, ресторанах и барах</p> <p>Привилегии на дополнительное образование, языковые курсы, тренинги и мастер-классы</p> <p>Скидки на покупки в магазинах и при он-лайн заказах</p> <p>Скидки на покупки в магазинах и при он-лайн заказах</p>	<p>Возможность бесплатного доступа в музеи, театры и культурные центры мира</p> <p>Скидки на авиаперелеты, проживание в гостиницах и хостелах</p> <p>Скидки в кафе, ресторанах и барах</p> <p>Привилегии на дополнительное образование, языковые курсы, тренинги и мастер-классы</p> <p>Скидки на покупки в магазинах и при он-лайн заказах</p> <p>Специальные сим-карты с роуминг-тарифами.</p> <p>Обмен валюты без комиссии</p>	<p>Скидки на авиабилеты, железнодорожные билеты, метрополитен, трамваи, троллейбусы, рейсовые автобусы, проживание в отелях, питание в ресторанах и кафе</p>	<p>Скидки на поход в музеи, галереи, театры в Европе</p>	<p>Помимо традиционных привилегий, скидки на горнолыжных курортах Словакии, Словении, Румынии, Австрии, Андорры, подъем на фуникулере и другие услуги.</p>
Предоставляемые льготы в России	<p>Использование всех видов билетов подземного и наземного транспорта</p> <p>Запись билетов и абонементов на пригородные электрички</p> <p>Проезд на Аэроэкспрессе</p> <p>Идентификация в городских пунктах велопроката velobike.ru</p> <p>Проход в городские учреждения культуры: зоопарк, музей Лунариум московского Планетария.</p> <p>Категории скидок:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кафе и рестораны - Магазины - Мероприятия, фестивали - Образовательные курсы - Проживание - Путешествия - Развлечения - Спорт - Театры и музеи - Транспорт - Услуги 	<p>Скидки от 5% до 30% на различные услуги, в том числе и образовательные, авиаперелёты, железнодорожные сообщения.</p> <p>Скидки в ресторанах и пунктах общественного питания, скидки на проживание в отелях и хостелах, на посещение развлекательных</p>	<p>Скидки на проезд в общественном транспорте (метро, автобусе, троллейбусе, трамвае). Скидка в размере 50% на проезд в пригородных поездах (в пределах одного региона).</p> <p>Различные льготы – от скидки на билет (например, в Третьяковской галерее, музее им. А.С. Пушкина) до</p>	<p>Скидки на проезд в общественном транспорте (метро, автобусе, троллейбусе, трамвае). Скидка в размере 50% на проезд в пригородных поездах (в пределах одного региона).</p> <p>Различные льготы – от скидки на билет (например, в Третьяковской галерее, музее им. А.С. Пушкина) до</p>	<p>30 – 50% на авиабилеты в любую точку мира</p> <p>30 – 50% на железнодорожный транспорт (в Европе)</p> <p>10 – 40% на проживание в гостиницах и хостелах</p> <p>20 – 100% при посещении музеев, театров, выставок и кинозалов до 50% на сезонные</p>	<p>30 – 50% на авиабилеты в любую точку мира</p> <p>30 – 50% на железнодорожный транспорт (в Европе)</p> <p>10 – 40% на проживание в гостиницах и хостелах</p> <p>20 – 100% при посещении музеев, театров, выставок и кинозалов до 50% на сезонные</p>

		х парков.	бесплатного прохода (например, в Эрмитаже и музее-заповеднике «Коломенское»), скидки в кинотеатрах, зоопарках. Для социально незащищённых групп студентов – бесплатное питание в ВУЗах	курорты, спортивные центры, магазины, кафе и рестораны
Число стран, в которых действуют льготные документы	90	38	17	40
Количество зарубежных организаций – партнёров	42000	6000	150	3000
Количество российских организаций - партнёров	800	480	2200	1200
Число держателей льготных документов в России	1100 Каждый год в России оформляется более 300 000 карт. Держатели карт 63% женщины, 37% мужчины, в возрасте от 16 до 27 лет.	2500	Все учащиеся образовательных учреждений	70000
	Более 1500 держателей	Более 100000 держателей		

Методика проведения социологического опроса молодых туристов

Используется наиболее общая формула для определения объема выборки:

$$n = \frac{N t^2 p(1-p)}{N \Delta^2 + t^2 p(1-p)}, \quad (1)$$

где n – объем выборки;

N – объем генеральной совокупности;

p – генеральная доля единиц, которые обладают значением признака, относительно которого рассматривается ошибка выборочной доли;

t – доверительный коэффициент по Стьюденту;

Δ – предельная ошибка выборки.

При больших значениях N , как в нашем случае, данным параметром можно пренебречь и из (1) получить:

$$n = \frac{t^2 p(1-p)}{\Delta^2} \quad (2)$$

Не имея предварительных данных о дисперсии качественного альтернативного признака p , принимаем ее максимально возможной и равной 0,5. Коэффициент доверия t при стандартной доверительной вероятности 0,954 составляет [964. Наиболее важный параметр – предельную ошибку выборки – обозначим в 6%. В таблице 1 представлены значения всех параметров и результаты расчета.

Таблица 1 – Расчет объема выборки для социологического опроса молодых людей

Параметр формулы	Значение
t	1,964
p	0,5
Δ	0,06
n	1500

Таким образом, объем выборки при предельной допустимой ошибке в 6% должен быть равен 1500 человек.

Доля анкет для каждого субъекта рассчитывается по формуле:

$$K = n_0 \times \frac{k}{N_0} \quad (3)$$

где K – количество анкет;

k – число молодых людей в субъекте;

n_0 – общее число анкет

N_0 – число молодых людей во всех отобранных субъектах

В таблице 2 представлены отобранные субъекты РФ и количество анкет на каждый субъект.

Таблица 2 – Перечень отобранных субъектов РФ

№	Наименование субъекта	Количество во анкет, шт.	Доля анкет, %	№	Наименование субъекта	Количество во анкет, шт.	Доля анкет, %
1	Краснодарский	288	19,2	1	Республика Саха	55	3,7
2	Тюменская	210	14,0	1	Республика	53	3,5
3	Нижегородская область	163	10,9	1	Кабардино-Балк.	51	3,3
4	Новосибирская область	151	10,1	2	Республика	40	2,7
5	Алтайский край	112	7,5	3	Коми	38	2,4
6	Республика Крым	94	6,3	1	Орловская	30	2,0
					Костромская		

7	Хабаровский край	73	4,9	1	Камчатский край	16	1,2
8	Ярославская	60	4,0	1	Магаданская	8	0,5
9	Брянская область	58	3,9	ИТОГО		1500	100

Стандартную среднюю ошибку двухступенчатой выборки можно рассчитать по формуле:

$$\mu = \sqrt{\frac{1-f_1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n (w_i - w)^2 + \frac{f_1(1-f_2)}{n^2(m-1)} \sum_{i=1}^n w_i(1-w_i)} \quad (4)$$

где w_i – доля единиц, которые обладают значением признака, в регионе;

w – доля единиц, которые обладают значением признака, во всей совокупности;

N – общая совокупность единиц на первом этапе;

M – общая совокупность единиц на втором этапе;

n – отбираемое количество единиц на первом этапе;

m – отбираемое количество единиц на втором этапе;

$$f_1 = \frac{n}{N}; \quad f_2 = \frac{m}{M}$$

Вычисления дают следующий результат: $\mu = 0,075$ или 7,5%.

Субъекты Российской Федерации по количеству проживающих на их территории молодых людей

Таблица Г

Субъекты Российской Федерации по количеству проживающих на их территории
молодых людей

1	Москва	44	Кировская область
2	Московская область	45	Вологодская область
3	Санкт-Петербург	46	Республика Саха (Якутия)
4	Краснодарский край	47	Липецкая область
5	Ростовская область	48	Архангельская область
6	Свердловская область	49	Калининградская область
7	Тюменская область	50	Рязанская область
8	Республика Башкортостан	51	Курская область
9	Республика Татарстан	52	Республика Бурятия
10	Республика Дагестан	53	Архангельская область без автономного округа
11	Челябинская область	54	Астраханская область
12	Нижегородская область	55	Калужская область
13	Самарская область	56	Кабардино-Балкарская Республика
14	Красноярский край	57	Ивановская область
15	Ставропольский край	58	Смоленская область
16	Новосибирская область	59	Тамбовская область
17	Кемеровская область	60	Амурская область
18	Пермский край	61	Республика Коми
19	Волгоградская область	62	Республика Мордовия
20	Иркутская область	63	Мурманская область
21	Воронежская область	64	Курганская область
22	Алтайский край	65	Республика Северная Осетия-Алания
23	Ленинградская область	66	Орловская область
24	Приморский край	67	Республика Марий Эл
25	Омская область	68	Республика Ингушетия
26	Оренбургская область	69	Ямало-Ненецкий автономный округ
27	Республика Крым	70	Псковская область
28	Ханты-Мансийский автономный округ-Югра	71	Костромская область
29	Чеченская Республика	72	Республика Карелия
30	Тюменская область без автономных округов	73	Новгородская область
31	Белгородская область	74	Республика Хакасия
32	Удмуртская Республика	75	Карачаево-Черкесская Республика
33	Хабаровский край	76	Сахалинская область
34	Тульская область	77	Севастополь
35	Владимирская область	78	Республика Адыгея
36	Пензенская область	79	Камчатский край
37	Томская область	80	Республика Тыва
38	Тверская область	81	Республика Калмыкия
39	Ярославская область	82	Республика Алтай
40	Чувашская Республика	83	Еврейская автономная область
41	Ульяновская область	84	Магаданская область
42	Забайкальский край	85	Чукотский автономный округ
43	Брянская область		

SWOT-анализ рынка туристских услуг в секторе молодежного туризма России

Таблица Д – SWOT-анализ рынка туристских услуг в секторе молодежного туризма России

SWOT-анализ: 11 направлений	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
	1. Богатый природный и историко- культурный потенциал; 2. Резкое увеличение числа потенциальных потребителей сейчас и плавное увеличение в долгосрочной перспективе; 3. Высокая активность и мобильность молодых людей; 4. Смещение турпотоков на внутренний рынок; 5. Устойчивость к кризисным явлениям; 6. Высокая социальная значимость некоторых видов туризма; 7. Отсутствие необходимости в дорогостоящей инфраструктуре. 8. Освоенность молодыми людьми Интернета.	1. Низкая информированность потребителей; 2. Охват только определенных групп молодежи; 3. Однообразные туры, упор на одни и те же виды туризма; 4. Отсутствие сети молодежных хостелов; 5. Отсутствие маркетинговых исследований; 6. Отсутствие взаимодействия турфирм с государственными органами; 7. Отсутствие льготно-скидочной системы, высокие цены для молодежи; 8. Низкая конкурентоспособность по сравнению с зарубежными направлениями
Возможности (O)	SO-стратегия	WO-стратегия
1. Формирование спроса и продвижение молодежных туристских услуг; 2. Привлечение дополнительных источников финансирования и поддержки; 3. Цифровизация услуг; 4. Расширение географии и увеличение разнообразия молодежных туров; 5. Сокращение числа выездных молодых туристов; 6. Увеличение доходов молодых людей; 7. Использование туризма как элемента воспитательного процесса молодежи; 8. Преодоление фактора сезонности за счет молодых	1. Разработка специальных туров выходного дня и больших поездок в каникулярное время; 2. Изменение подхода к содержанию тура: включение познавательной, интерактивной, игровой составляющих; 3. Разработка новых маршрутов в разных регионах России; 4. Создание цифровой платформы, которая объединит всех участников рынка молодежного туризма; 5. Сотрудничество с НКО; 6. Обеспечение загруженности гостиничного сектора все сезона за счет предоставления скидок молодым туристам.	1. Обширное рекламирование молодежных тур. услуг через соц. сети и СМИ; 2. Расширение предоставляемых тур. услуг на все категории молодых людей; 3. Внедрение единой скидочной системы среди турфирм; 4. Преодоление низкой конкурентоспособности отечественных туров вовлечением их в образовательную программу студенчества; 5. Привлечение частных инвесторов в отсутствие государственной поддержки.

туристов.		
Угрозы (Т)	ST-стратегия	WT-стратегия
<p>1. Снижение спроса из-за однообразия предлагаемых туров;</p> <p>2. Снижение числа молодых людей, приезжающих из заграницы;</p> <p>3. Закрытие туристских объектов, в т.ч. культурно-познавательных, спортивных (из-за пандемии или иных событий);</p> <p>4. Экономическая и политическая нестабильность;</p> <p>5. Удорожание логистических услуг и услуг по размещению;</p> <p>6. Привлекательность зарубежных направлений;</p> <p>7. Разрушение, перепрофилирование инфраструктуры молодежного туризма;</p> <p>8. Недостаточно ясное регулирование сектора молодежного туризма государством.</p>	<p>1. Переориентация на внутренний рынок туристских услуг для молодежи;</p> <p>2. Продажа туров социально значимой направленности с целью получения поддержки от государства;</p> <p>3. Участие в гос. программах по патриотическому воспитанию молодежи;</p> <p>4. Включение в систему предоставления образовательных туров, межрегиональных студенческих обменов;</p> <p>5. Организация сети молодежных хостелов, столовых, кемпингов для снижения стоимости проживания и питания;</p> <p>6. Присоединение к программе молодежных скидочных карт;</p> <p>7. Внесение предложений государству по стимулированию развития молодежного туризма.</p>	<p>1. Налаживание каналов связи с молодежью как потребителями тур. услуг и местной администрацией;</p> <p>2. Проведение маркетинговых исследований рынка;</p> <p>3. Привлечение молодых людей к разработке молодежного турпродукта;</p> <p>4. Адаптация и использование богатого опыта зарубежных компаний;</p> <p>5. Повышение социальной ответственности тур. бизнеса;</p> <p>6. Публикация тенденций рынка молодежного туризма для помощи в подготовке глобальных отчетов;</p> <p>7. Составление долгосрочных прогнозов рынка молодежного туризма в регионах.</p>
<p>OT-стратегия (рыночное позиционирование)</p>	<p>SW-стратегия (основы преобразования)</p>	<p>Балансировка сил и слабостей</p>
<p>Сектор туризма для мобильных молодых людей:</p> <p>1. Низкие цены;</p> <p>2. «Спартанские» условия проживания и питания;</p> <p>3. Динамичные туры: развлекательные, экстремальные и познавательные;</p> <p>4. Краткие активные путешествия.</p>	<p>1. Переход от туров общей направленности к разработке специального турпакета с учетом предпочтений и финансовых возможностей молодежи;</p> <p>2. Увеличение туров социальной направленности с целью привлечения молодежи, получения поддержки от государства и НКО.</p>	<p>1. Отсутствие постоянной льготно-скидочной системы компенсируется возможностью предоставления скидок в межсезонье;</p> <p>2. Отсутствие специализированных молодежных хостелов компенсируется возможностью создания палаточных кемпингов.</p>

Приложение Е

**Справка об использовании результатов исследования от Управления
развития курортов Администрации муниципального образования Туапсинский
район**



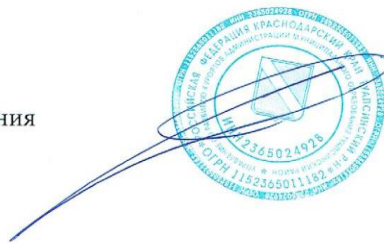
Справка

об использовании результатов диссертационного исследования

Дана Горбатову Святославу Александровичу в том, что отдельные результаты диссертации «Формирование социально-экономической модели развития молодёжного туризма» использованы при разработке и реализации муниципальных программ по развитию курортов, совершенствовании системы координации участников туристской сферы Туапсинского района, в частности предлагаемые методы и инструменты управления молодёжным туризмом на муниципальном уровне, результаты социологического исследования, элементы системы организационного и информационного обеспечения развития молодёжного туризма.

Справка дана для представления в диссертационный совет Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Начальник управления



С.А. Доморат

Приложение Ж

**Справка использовании результатов от Управления молодежной политики
Администрации муниципального образования городской округ город-курорт
Сочи Краснодарского края**



**УПРАВЛЕНИЕ
МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
АДМИНИСТРАЦИИ
МУНИЦИПАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД-КУРОРТ
СОЧИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**
Первомайская ул., д. 26/1, город Сочи,
Краснодарский край, 354000.
Тел. (8622) 62-76-14, факс (8622) 62-76-14
e-mail: ump@sochiadm.ru

По месту требования

30.03.2022 № 01-14/865

на № _____ от _____

Справка
об использовании результатов
диссертационного исследования

Управление молодежной политики администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края (далее – Управление) подтверждает, что основные результаты кандидатской диссертации Горбатова Святослава Александровича «Формирование социально-экономической модели развития молодежного туризма» на соискание ученой степени кандидата экономических наук были использованы в работе Управления, в частности, предложения по разработке молодежных турпродуктов, методы и инструменты обеспечения взаимодействия Управления с турфирмами в вопросах организации молодежных туров.

Справка дана для представления в диссертационный совет Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Начальник управления
молодежной политики
администрации муниципального
образования городской округ
город-курорт Сочи
Краснодарского края



С.В. Черемшанов

Справка об использовании результатов от ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе»



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«САНАТОРИЙ им. М.В. ФРУНЗЕ»

РФ, 354019, г. Сочи, Курортный проспект, 87,
 тел./факс: (862)267-16-70

р/с 40702810230060000124
 Юго-Западный Банк ПАО Сбербанк России
 г. Ростов-на-Дону
 БИК 046015602
 к/с 30101810600000000602
 ИНН 231 905 769 3

СПРАВКА

об использовании результатов диссертационного исследования

от 21.03.2022 № 545

Дана Горбатову Святославу Александровичу в том, что отдельные результаты диссертации «Формирование социально-экономической модели развития молодёжного туризма» на соискание учёной степени кандидата экономических наук использованы в процессе разработки и продвижения комплекса специализированных туристских услуг для молодых людей, в частности, предложенная структура специализированного туристского продукта с учетом выявленных потребительских особенностей студенческой молодёжи.

Справка дана для предъявления в диссертационный совет Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Генеральный директор

ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе»



М.Д. Хетагуров

Справка о внедрении результатов от ФГБУН «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской Академии Наук»

Федеральное государственное
бюджетное учреждение науки
«Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр»
Российской академии наук»
(ФИЦ СНЦ РАН)

Яна Фабрициуса ул., д. 2/28, город Сочи,
Краснодарский край, 354002, тел. (862) 200-18-22;
e-mail: subplod@mail.ru; https://www.vniisubtrop.ru;
ОКПО 00497746; ОГРН 1022302831154;
ИНН/КПП 2319010293/231901001

140320222 № 23-0

СПРАВКА

**о внедрении результатов, полученных в ходе выполнения
диссертационной работы
Горбатова Святослава Александровича**

Дана Горбатову Святославу Александровичу в том, что результаты кандидатской диссертации на тему «Формирование социально-экономической модели развития молодёжного туризма» на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм» использованы при выполнении научно-исследовательской работы «Теоретико-методологические основы формирования пространственного и инновационного развития рекреационно-туристской сферы Российской Федерации» (№ 0492-2021-0016) в рамках выполнения государственного задания.

Заместитель директора по науке
ФГБУН «Федеральный исследовательский
центр «Субтропический научный центр
Российской Академии Наук»

Н.А. Яицкая

