

**МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ: АНАЛИЗ  
ПОТРЕБНОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ****YOUTH TRAVEL: ANALYSIS OF YOUTH  
DEMANDS**

*Молодые люди рассматривают путешествия как неотъемлемую часть повседневной жизни. Рост количества молодежных поездок положительно влияет на дестинации, которые посещают молодые люди, поскольку молодые люди – это двигатели развития и социальных изменений. Для того чтобы дестинация стала привлекательной для молодежи, должны быть учтены особенности данного сегмента туристов. В статье рассмотрены особенности молодежи и их требования к месту назначения.*

**Ключевые слова:** молодежный туризм, туристская дестинация, молодежь.

*The youth regard travelling as the inherent part of their everyday live. The increase in the youth travel positively affects travel destinations due to the fact that they are considered to be the crucial part of the development and social changes. That is, why the features of this tourist segment should be taken into consideration. Bearing this in mind, the article reviews some features of youth travel and their demands for the tourist infrastructure.*

**Keywords:** youth travel, tourist destination, youth.

Молодежный туризм стал одним из самых быстрорастущих видов туризма. Среди 1 млрд туристов, путешествующих по всему миру, доля молодежи составляет 23%. Популярность молодежного туризма – это возможность социально-экономического развития многих дестинаций, поскольку молодые люди – это двигатели развития и социальных изменений, способных стимулировать устойчивое развитие в туризме. Всё больше туристских дестинаций признают огромные возможности молодежи и предпринимают шаги по разработке стратегий, способствующих росту молодежных поездок [1, с. 5].

Молодежный туризм – это временные выезды (путешествия) граждан в возрасте от 16 до 30 лет с постоянного места жительства длительностью не более полугода с целью отдыха, обучения, изучения других культур, получения жизненного и профессионального опыта в стране (месте) временного пребывания [2, с. 123].

Молодежный туризм предоставляет возможность познакомиться с историческим и культурным наследием родной страны, а также других государств, воспитать у молодых людей чувство

национального самосознания, уважение к культуре других народов. Путешествие помогает обеспечить многостороннее развитие личности. Поездки, экскурсии дают молодежи возможность повысить уровень интеллектуального развития, развивают способности воспринимать красоту окружающего нас мира. Туризм важен и как средство для снятия физической усталости, психологического напряжения и стрессов [3, с. 197]. Но помимо социокультурных выгод, существует ряд преимуществ, связанных с развитием туризма, выгодно отличающих молодежный туризм от других видов туризма: уменьшается эффект сезонности; туризм распространяется на новые территории; туристский рынок становится более устойчивым; стимулируются инновации.

Молодые люди путешествуют большими дружными компаниями. Они выбирают место для своего отдыха так, чтобы можно было совместить отдых с познанием нового, с общением со сверстниками и, конечно же, с веселым времяпрепровождением. Ведь велика тяга молодежи не только к познанию и общению, но и к развлечениям. Однако при составлении турпродуктов для молодежи часто игнорируются специфические особенности этого сегмента рынка, что при-

<sup>1</sup> Аспирант АНО ВО «Российский новый университет», специалист Службы внутреннего аудита АО «Объединенная металлургическая компания».

водит к низкой востребованности турпродуктов, и, как следствие, упускается возможность улучшить экономическую ситуацию региона за счет молодежного туризма.

Многие города и регионы привлекательны для туристов за счет наличия благоприятного климата, культурно-исторического наследия, в силу чего являются туристскими дестинациями (от англ. destination – место назначения). По мнению Морозова М.А., «дестинация – это территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста и удовлетворяют его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения и т.д.» [4, с. 95].

Исследования показывают, что развитие молодежного туризма во всем мире является приоритетной задачей большого количества мировых организаций и правительств. Для привлечения молодых туристов дестинация должна обладать современной инфраструктурой, развивать направления, интересные именно молодым туристам. Среди положительных результатов развития молодежного туризма можно выделить:

- глобальный эффект развития привлекательного региона – молодые туристы могут дополнительно привлекать целевую аудиторию в силу современных активных коммуникаций, а также в силу развития информационных технологий;

- формирование уникальных событий создает потенциал для регионов становиться наиболее конкурентоспособными для привлечения молодежи;

- рост экономических доходов от молодежного туризма приводит к развитию не только уровня жизни местного населения, но и инфраструктуры всего региона;

- в глобальном смысле – молодые туристы являются кадровым потенциалом для большого количества стран, так как получение образования может позволить молодому туристу остаться в стране и приносить в дальнейшем доход в виде налогов, полученных результатов труда и т.п.

В настоящее время у данной группы туристов – огромный перечень требований к месту пребывания, в связи с этим требуется комплексное развитие и инфраструктуры. В первую очередь это касается развития электронных услуг. Будучи первыми, принимающими активное участие в использовании новых технологий, молодые люди являются первопроходцами в использовании сайтов, социальных сетей и мобильных приложений для поиска информации о поездках и приобретении турпродуктов [5, с. 5–6].

Исследование UNWTO показало, что под влиянием растущей среди молодежи популярности к информационным технологиям в мире сформировалась новая взаимосвязь между элементами туристского продукта.

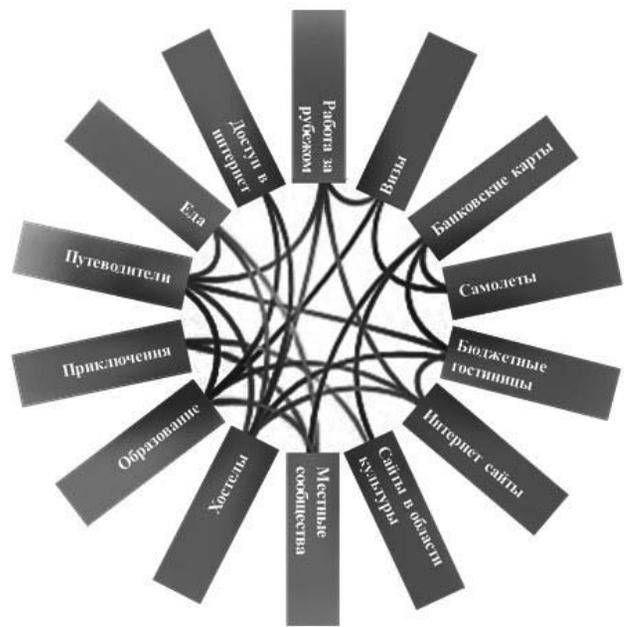


Рис. 1. Новая взаимосвязь элементов туристского продукта [5, с. 5]

Для молодых туристов в мире важно создание электронного доступа к гидам по территории, возможности бронирования мест в бюджетных отелях, оформление визы, изучение программ образования, культурных сайтов и пр. Всё это создает потенциал развития индустрии в целом.

Молодые люди не предъявляют высоких требований к комфорту, прежде всего молодежь руководствуется ценой. Поэтому молодые люди выбирают недорогие гостиницы (хостелы). Размещение в хостелах значительно снижает затраты в поездке, так как молодые люди размещаются по несколько человек в комнате. Молодежь выбирает, как правило, поезда или автобусы как наиболее дешевые средства передвижения. Многие авиакомпании делают скидки, чтобы молодые люди чаще пользовались авиатранспортом [6].

Для развития инфраструктуры молодежного туризма необходима политика, направленная на создание сети малых гостиниц среднего класса, туристских баз, хостелов; сети быстрого питания; сети культурно-зрелищных мероприятий, строительство аквапарков, теннисных кортов, парков аттракционов, площадок для экстремальных видов спорта. В настоящее время в нашей

стране, к сожалению, не существует комплексного подхода к развитию молодежного туризма: молодежь не знает своей страны, Россия недостаточно популярна и для туристов из других стран. Не существует льгот для молодых путешественников, а отсюда – нет стимулов для поездок по стране, вероятно потому, что нет ни одной организации, которая бы специализировалась на развитии молодежного туризма, например таких, как WYSE Travel Confederation. WYSE – это глобальная некоммерческая членская организация, которая занимается продвижением и развитием возможностей для молодых путешественников, базируется в Амстердаме и состоит из многонациональной группы профессионалов с широким спектром опыта работы в индустрии туризма и общей страстью к продвижению и росту молодых, студенческих и образовательных путешествий [7].

Таким образом, формирование политики по развитию туризма, которая учитывает специфические особенности молодежи как сегмента рынка, а также перечень растущих требований молодежи к местам назначения, является ключевым элементом для создания конкурентоспособного направления туризма с развитой инфраструктурой и высокими доходами, в том числе и в России.

## Литература

1. Global Report on the Power of Youth Travel. – V. 13 // Affiliate members report published by UNTWO and WYSE Travel Confederation. – URL: [https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report\\_Power-of-Youth-Travel\\_2016.pdf](https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf) (дата обращения: 01.03.2017).
2. Теплова Д.С. Молодежный туризм как объект научного исследования // Вестник Российского нового университета. – 2015. – Выпуск 5. – С. 121–124.
3. Алиева Л.В., Казанцев В.В. Использование педагогического наследия А.А. Остапец-Свешникова в создании инновационной системы внеурочной работы в общеобразовательном учреждении // Образование и саморазвитие. – 2011. – Т. 5. – № 27. – С. 196–200.
4. Морозов М.А. Туристские дестинации и закономерности их развития : монография. – М. : МИГМТ, 2005. – 155 с.
5. Global Report on the Power of Youth Travel. V. 2. – URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/amreports\\_vol2\\_thepowerofyouthtourism\\_eng\\_lw.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/amreports_vol2_thepowerofyouthtourism_eng_lw.pdf) (дата обращения 01.03.2017).
6. Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. – Madrid: UNWTO, 2008.
7. WYSE Travel Confederation. – URL: <https://www.wysetc.org/> (дата обращения: 01.03.2017).