

17. Rozdol'skaya I.V., E.I. Makrinova, M.E. Ledovskaya Formirovanie strategii rynochnogo pozicionirovaniya uslug social'nogo turizma // Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperacii, ekonomiki i prava. – 2015. – № 2 (54). – S. 37–44.
18. Rossiya i strany mira. 2018: Stat.sb./Rosstat. – M., 2018 – 375 s.
19. Sargaeva N.Yu. Ocenka kachestva sanatorno-kurortnyh uslug i prioritnye napravleniya ih povysheniya // Vestnik KarGu. – 2018. – S. 22-25.
20. Tumanov I.Yu. Ocenka kachestva sanatornogo obsluzhivaniya organizacii // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. – 2016. – №9. – S. 91-96.
21. Harskij K. Klientoorientirovannost': chetyre shaga i eshche odin pryzhok // Psihologiya i biznes – URL: <https://psycho.ru/library/3558>.
22. Yakimenko M.V. Sostoyanie, problemy i perspektivy gostinichnogo rynka Rossii. Izvestiya YUzhnogo federal'nogo universiteta // Tekhnicheskie nauki. – 2011. – T. 124. – № 11. – S. 93-98.

УДК 338.1

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В МОЛОДЕЖНОМ СЕГМЕНТЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Л.И. Донскова<sup>1</sup>, А.А. Макаров<sup>2</sup>, Е.В. Мягкова<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва, Россия*

<sup>2</sup>*Московский гуманитарный университет, Москва, Россия*

*Аннотация.* Рассматривается молодежный туризм как сегмент социального туризма и часть внутреннего туризма, которому присущи социально-экономические черты и региональные особенности. Главная концепция исследования социального туризма и его организации учитывала как общероссийские факторы и условия, так и региональные особенности, а также главные мотивации молодежного туризма. Результаты эмпирического исследования молодежного туризма характеризуют основные цели путешествия, предпочтения в выборе туристических программ и туристских центров, что связано с региональными факторами, лежащими в основе социального туризма в молодежном сегменте. Особенно это актуально для тех регионов, где достаточно развита туристская

сфера деятельности, с максимальным использованием возможностей туристской индустрии и инфраструктуры.

*Ключевые слова:* социальный туризм, социальная инициатива, социальные группы населения, молодежный туризм, социальная политика, условия и факторы, мотивация и предпочтения.

## **STUDY ON SOCIAL TOURISM IN THE YOUTH SEGMENT: CURRENT STATUS, PROBLEMS AND PROSPECTS**

**L.I. Donskova<sup>1</sup>, A.A. Makarov<sup>2</sup>, E.V. Myagkova<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russia*

<sup>2</sup>*Moscow University of the Humanities, Moscow, Russia*

*Abstract.* Youth tourism is considered to be a segment of social tourism and a part of domestic tourism, characterized by socio-economic characteristics and regional peculiarities. The main concept of social tourism and its realizing takes into account both Russian factors and conditions and regional characteristics, as well as the principal motivation of youth tourism. The results of an empirical studying of youth tourism characterize the main purposes of the trip, preferences in choosing travel programs and tourist centres, all of them are connected with regional factors of social tourism in the youth segment. It is especially actual for those regions where tourist sphere of activity is developed well enough and the capacity of the tourism industry and infrastructure are used in their entirety .

*Keywords:* social tourism, social initiative, social groups of the population, youth tourism, social policies, conditions and factors, motivation and preference.

*Введение.* Роль и значение социального туризма определяются для человека реализацией конституционных прав граждан в области социальной сферы: осуществляются меры по реализации прав граждан на охрану здоровья, развитию физической культуры, спорта и туризма, а также в санаторно-курортной сфере.

В нашем исследовании социальный туризм рассматривается как часть внутреннего туризма, которому свойственны общие социально-экономические черты, а также специфические особенности, связанные с такими элементами,

как цели, субъект социального туризма и источники финансирования [4, 5]. Раскроем их характерные черты более подробно.

К примеру, целевая направленность вытекает из обязанности общества предоставить своим гражданам реальные, эффективные и недискриминационные возможности доступа к туризму. К субъектам социального туризма относятся определенные категории населения, прежде всего учащиеся, студенты, пенсионеры, инвалиды, ветераны войны и труда, малообеспеченные семьи, а также соответствующие категории работников предприятий, организаций, учреждений. В качестве источников финансирования могут быть государственные и муниципальные средства на социальные нужды, соответствующие средства частных, корпоративных, государственных, смешанных предприятий и организаций, благотворительных фондов.

Также в организации и проведении социальных туров особенности проявляются в географии и времени года, а именно: преимущественно организованный, коллективный туризм (культурно-познавательный, рекреационный, восстановительный и оздоровительный) внутри страны, что особенно актуально в «межсезонье» и «низкий сезон», а в работе с инвалидами обуславливает наличие соответствующей инфраструктуры.

Главным объектом является человек и удовлетворение его потребностей в отдыхе, поддержании и восстановлении физических и моральных сил и здоровья, развитии – духовном и физическом. Повышая свой образовательный, культурный уровень, укрепляя здоровье, каждый гражданин преумножает свой человеческий капитал, а также образовательный и культурный потенциал всего общества.

Таким образом, вышеприведенное подчеркивает актуальность данной темы исследования социального туризма, что обусловлено его социально-экономической сущностью и особенностями, связанными с факторами и условиями территорий организации и проведения социальных туров. Обзор научных публикаций как отечественных [1–16], так и зарубежных [17–22] авторов позволяет сравнить факторы и условия, способствующие развитию социального туризма, в том числе в молодежном сегменте.

*Материалы и методы исследований.* Анализ условий и факторов развития социального туризма за рубежом.

Анализ условий и факторов, связанных с социальным туризмом в европейских странах для особых категорий населения (пенсионеры, члены многодетных семей, инвалиды и др.), по научным публикациям зарубежных авторов

(Н.А. Шанзель [22], Дж. Г. Феррер [17], Н. Ким, Л. [19] Л. Миннарт [21], Я. Джеблонски [18], Я. Кюрилова [20] и др.), характеризует такую ситуацию.

В развитии социального туризма в странах Европы наиболее значительным считается проект социального туризма «Калипсо» (2008 г.), поддержанный Европарламентом. Проект социального туризма как платформа европейского обмена был запущен в апреле 2012 г. (Ecalypso.eu). Цель этого проекта – уравнять доступ людей к путешествиям и поддержать социальный туризм в странах Европейского союза (ЕС), особенно таких категорий населения, как пожилые люди и пенсионеры, молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, семьи со скромным достатком и инвалиды.

На уровне проекта социальный туризм поддерживается через контракты, конкурсы, гранты, финансирование которых обычно осуществляется на национальном и на общеевропейском уровнях. При этом в европейских странах для реализации социального туризма особое внимание уделяется социальным инициативам, способствующим организации отдыха и путешествий для отдельных категорий населения, которые не имеют возможности самостоятельно это оплатить. В связи с этим эмпирические исследования проведены на примере следующих сегментов туристского рынка: детский и семейный туризм (Н.А. Шанзель [22]), туризм пожилых людей – программа «Здоровое старение» (Джорди Г. Феррер, Мирела Ферри Санз [17]), а также выявление связи туризма с качеством жизни (Ким Хеллин [19]).

Следует подчеркнуть роль и значение туроператоров. К примеру, в большинстве стран с развитой сферой туризма основная их доля занимается внутренним и въездным туризмом. Анализ деятельности туроператоров Германии, Нидерландов и Венгрии, специализирующихся на молодежном туризме, показывает предложения различных вариантов отдыха (как правило, это пляжный и спортивный туризм) для молодежной группы населения [16].

Анализ условий и факторов развития социального туризма в России. Рассматривая вопросы, связанные с социальным туризмом, российские авторы: Е.В. Шешегова [15], Е.В. Алексеева, Е.Н. Трофимов [13], Ю.С. Путрик [9], И.С. Кабиров [6], Л.И. Донскова, А.Г. Редькин [4, 5] и другие характеризуют общее состояние социально-экономической ситуации в нашей стране и низкий уровень развития социальной сферы, что связано с политическими, экономическими, социальными факторами. К этому относятся: низкий уровень доходов («...люди не имеют возможности купить даже очень дешевую льготную турпутевку») [5]; отсутствие адресности и контроля предоставления льготных путевок (нередко люди с достаточно высоким заработком пользуются льготными

туристскими услугами). К тому же отмечаются постоянно растущие тарифы на транспорт, продукты питания, а цены на различные услуги опережают рост доходов населения, что сокращает число потенциальных туристов [6].

Основная и самая главная проблема – это отсутствие единой законодательной базы, которая укрепляла бы положение социального туризма в стране, как следствие, систему финансирования социальных туров и мероприятий, а также распределение средств среди малоимущих категорий населения.

Также необходимо выделить проблемы отдыха и туризма в регионах нашей страны. К примеру, плохие дороги; недостаточная информированность населения о видах туристских услуг на территории региона; неразвитая инфраструктура; неразработанность туристских маршрутов; отсутствие уникальных туристских объектов; высокая стоимость услуг и др. [8].

Проблема неинформированности населения о социальных путевках подтверждена во время проведения автором (Л.И. Донскова) эмпирического исследования (статистического наблюдения за 2013 и 2016 гг.). Оказалось, что многие люди даже не знают, что имеют полное право воспользоваться данным видом туризма. Также существует доля населения, которые не способны оплатить даже часть стоимости путевки при условии ее предложения от организации [4].

Туристические фирмы в нашей стране занимаются в основном выездным туризмом, а доля туроператоров, занимающихся внутренним и въездным, составляет менее 10%. В частности, отсутствуют туроператоры, специализирующиеся на молодежном сегменте [9].

Таким образом, характеризуя общую ситуацию, условия и факторы, способствующие развитию туризма для социальных категорий, можно отметить следующее: если в европейских странах ситуацию можно считать «благоприятной», то в нашей стране – наоборот, «неблагоприятной» из-за отсутствия законодательно-правового фактора, что значительно тормозит развитие этой сферы туризма. Исследования отечественных авторов социального туризма сосредоточены в основном на анализе проблем, связанных с государственным регулированием, в том числе с социальной политикой и социальной защитой.

Развитие социального туризма как в России в целом, так и в ее регионах сдерживается в первую очередь, как было отмечено выше, практически полным отсутствием законодательно-правового обеспечения данной сферы. Ни в одном из субъектов РФ не принят на уровне регионального законодательства закон «О социальном туризме» [8].

Однако следует подчеркнуть, что в некоторых регионах осуществляются программы развития льготного туризма в контексте концепции Федеральной

целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)». Например, в Санкт-Петербурге успешно действовал Закон «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-Петербурге» от 2003 г.; программа «Развитие социального туризма в Республике Башкортостан» (2012 г.); в Астраханской области – программа «Социальный туризм». Программа для развития социального туризма в Хабаровском крае поддерживает социальные группы населения, а также привлекает их к участию в общественной жизни города и края [7].

Вклад в развитие социального туризма вносят Всероссийское общество инвалидов, Российская ассоциация социального туризма, негосударственные пенсионные фонды и другие организации [5]. Также к положительному примеру в нашей стране можно отнести «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения». Это федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования детей создано Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 мая 2011 г. № 1949. В рамках деятельности организации проводятся различные мероприятия, конференции, семинары и др. К примеру, организован Всероссийский семинар-совещание руководителей и специалистов музеев образовательных учреждений по теме «Организация музейной работы в образовательных учреждениях» [24].

К тому же такие секторы туристского рынка, как семейный туризм и туризм для пенсионеров, туризм для молодежи являются в настоящее время наиболее крупными и постоянными рынками туристской индустрии.

Социальный туризм в молодежном сегменте для любого национального туристского рынка является одним из самых перспективных. Связано это со многими социальными качествами молодежи, такими как «активность, высокий уровень потребности в приемлемых по качеству и недорогих туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, непритязательность, романтизм» [8]. Высокая туристская активность объясняется стремлением молодых людей к познанию и общению [8]. Также у молодежи достаточное количество свободного времени в связи с продолжительными каникулами. Кроме того, источники доходов современной молодежи становятся разнообразнее, а все больше молодых людей самостоятельно зарабатывают денежные средства, которые зачастую расходуют на проведение своего досуга, в том числе путешествий [16]. Экскурсии и туризм можно рассматривать как форму социализации молодежи и организации ее досуга [8].

В нашей стране молодежь все больше внимания уделяет образовательным и развлекательным турам. Так называемый полезный отдых (образовательный

туризм) в России выбирают до 70% школьников и их родителей, 25% студентов и только 5% соотечественников в возрасте старше 25 лет [10]. Именно сегмент молодежного туризма сегодня очень интересен для российских туроператоров, что вызвано огромным желанием молодых людей путешествовать и их растущим финансовым возможностям. Однако следует подчеркнуть, что на сегодняшний день выявить долю молодежного сегмента в международных туристских потоках затруднительно, поскольку подобный мониторинг статистические органы не осуществляют. В связи с этим большое значение имеют эмпирические исследования социального туризма, в том числе в молодежном сегменте.

В этом контексте цель настоящего исследования – выявить общее и особенное в исследованиях и его организации по проблемам социального туризма в молодежном сегменте, а также особенности, связанные с региональными факторами его развития в будущем (на основе использования вторичных и первичных источников информации, собственного исследования).

Вопросам исследования проблем социального туризма в молодежном сегменте посвящены работы и научные публикации следующих авторов: Е.Н. Артемова [2], В.П. Ведерников [3], В.А. Косолапова, Н.Р. Колесников [3], А.В. Каменец [7], Ю.А. Колесова [8], Т.В. Соколенко [10], Т.М. Тезиев [12], С.Ч. Савхалова [12], Т.А. Юдина [16], М.Н. Балаян [16] и др.

Молодежный социальный туризм характеризуется как общественные и культурные категории, а изучение возможностей его организации способствует развитию социально значимых качеств личности, формированию опыта социального взаимодействия и проявлению гражданской активности [7]. Молодежный туризм прочно вошел в образ жизни современной молодежи, так как формирует здоровый образ жизни, патриотизм, воспитывает морально-волевые качества, позитивное отношение к природе [3].

В исследовании Т.М. Тезиева и С.Ч. Савхаловой подчеркиваются вопросы социального туризма как способа сохранения здоровья молодежи, подрастающего поколения, как факторы повышения образовательного и культурного уровня молодежи, как один из важнейших составляющих патриотического воспитания молодого поколения [12].

Необходимость тщательного формирования и планирования социального туризма подчеркивают Т.А. Юдина и М.Н. Балаян, что обусловлено не только социальными качествами молодежи, но и стремлением молодых людей к общению и познанию [16].

А.В. Каменец рассматривает основные проблемы социального туризма с позиций инкультурации и социализации личности, а именно: особое внимание уделяется культурно-просветительным аспектам вовлечения молодежи в тури-

стическую деятельность. К тому же рассматриваются распространенные проблемы культурного диалога, межкультурных коммуникаций в процессе освоения молодежью туристических маршрутов в различных странах и регионах [7].

Особенности молодежного туризма, взаимосвязанные с региональной спецификой, к примеру, Ю.А. Колесова рассматривает его как фактор развития внутреннего туризма Кировской области. Развитие молодежного туризма в «нетуристском» регионе подчеркивает особенности молодежного возраста, повышения интереса студенческой молодежи к изучению туристско-рекреационного потенциала города Кирова и Кировской области. Результаты проведенного социологического исследования молодежного туризма свидетельствуют, что студенческая молодежь предпочитает активные виды отдыха с выраженной сезонной направленностью. Активным спросом пользуются туристско-рекреационные услуги, приходящиеся на летнее время (прогулки в парках, садах, купание в водоемах, туристские походы и т.д.). Такую ситуацию несложно объяснить, а именно наличием каникул и приемлемой ценой соответствующего туристско-рекреационного предложения в сопоставлении с запросами студенческой молодежи [8].

Подчеркивая экономико-географическое положение регионов и возможности трансграничного сотрудничества, можно выделить роль молодежного туризма в развитии международного туризма. В частности, это актуально на Дальнем Востоке: туристские потоки между Россией и Китаем показывают высокие темпы роста, общее количество поездок граждан увеличивается и приблизилось к одному миллиону человек [10]. Растет интерес молодежи на Дальнем Востоке к изучению китайского языка, в том числе в коммерческих кругах, а также в познавательных целях. Туристам молодых возрастов известно, что Китай – это страна с многовековой историей, богатейшей культурой и философией. Здесь уникальные памятники, специфическая кухня, древнее искусство врачевания, курортные центры, отвечающие самым современным требованиям [10].

Сравнительный анализ предпочтений молодежи показал проблему стереотипного восприятия со стороны соседних стран туристских регионов. К примеру, абсолютное большинство китайских туристов воспринимает Россию через Москву (Красная площадь и Кремль) и Санкт-Петербург (дворцовые комплексы и революционное прошлое). Как положительный пример, который в определенной степени меняет такой стереотип представления, это предлагаемый масштабный мультимедийный проект «Здравствуй, Россия», в рамках которого китайские журналисты посетили 22 региона нашей страны и отсняли более 100 видеороликов о ее туристических ресурсах [10].



Туризм является одним из видов «мягкой силы», который может и должен создать в глазах иностранцев объективный образ страны посещения. В отношении КНР для проведения политики «мягкой силы» существует хорошая база в виде позитивного отношения большого количества китайских граждан к нашей стране.

Таким образом, можно подчеркнуть, что туристическая активность молодежи определяется скорее не социальным статусом, уровнем дохода и образования или какими-либо социально-демографическими показателями, а туристической мотивацией. Среди туристических мотивов доминирующее положение занимают познавательные (гносеологические) и коммуникационные. При этом познание рассматривается в двух плоскостях: как познание мира (новые места, новые люди, новые знакомства) и познание самого себя (возможность испытать себя) [16]. Важное место занимает коммуникационная мотивация, состоящая в удовлетворении потребности в общении, поиске новых друзей, знакомств, а также поддержании старых дружеских связей.

Результаты проведенного исследования (на примере Краснодарского края, опрошено 412 чел. в возрасте 17–29 лет, 2013–2014 гг.) основных мотивов поездок показывают, что молодежь проявляет высокий интерес к путешествиям, во время которых молодыми людьми чаще всего движет желание расслабиться, заниматься спортом, загорать и купаться. Следующим по важности мотивом выступает общение и знакомство с новыми людьми [16].

*Результаты исследования и их обсуждение.* Для более глубокого исследования проблем молодежного туризма было проведено статистическое наблюдение (опрос 2018 г., 861 человек) среди молодежи – студентов вузов и учащихся колледжей Алтайского края. Ответы на вопросы анкеты помогают объективно оценить развитие молодежного туризма и создать программу его развития в крае. По результатам исследования социального туризма в молодежном сегменте получено свидетельство о государственной регистрации базы данных (2018 г.) [23].

Среди респондентов были студенты университетов (87%) и учащиеся колледжа, академии (12%). Из них отдыхали по социальной путевке хотя бы раз в жизни 90% респондентов, путешествие было организовано группой, иногда с учителем (55%), а третья часть – самостоятельно (один, с семьей, друзьями). Также наблюдается, что чаще всего опрошенные ездили с целью оздоровления, а мы знаем, что в настоящее время практически не встретишь ребенка, который не бывал бы в школьных лагерях. При этом продолжительность отдыха, как правило, – одна неделя (27%) или две недели (32%), а также тур выходного дня или однодневная социальная поездка.

Основная цель проведенного исследования – выявить основную цель путешествия, которая определяется основным мотивом путешествия. К примеру, результаты опроса свидетельствуют, что самую значительную долю составляет познавательная цель (73,9%), событийная (69%), затем образовательная (62,2%), культурно-познавательная (59%), религиозная (57,7%), спортивная и рекреационная (32%), оздоровительная, а реже всего приключенческий и экологический туризм (см. рис. 1).

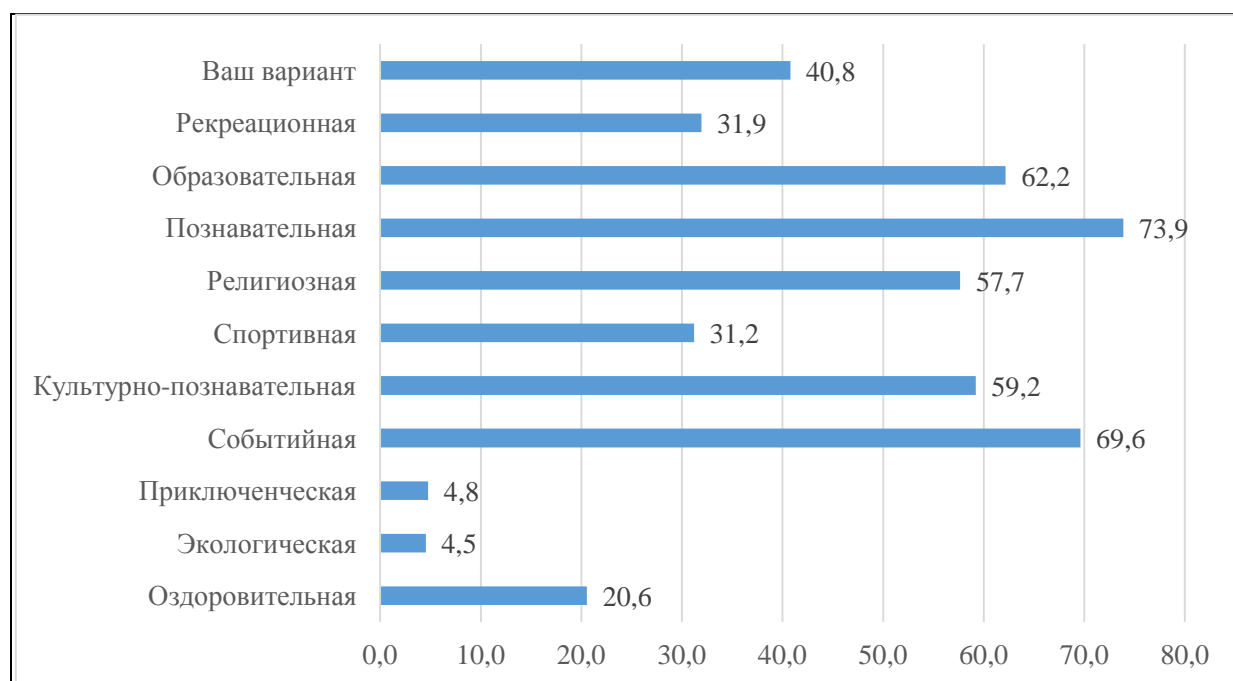


Рис. 1. Структура респондентов в зависимости от целей путешествий

Также в ходе опроса респондентов был задан вопрос о том, насколько они были удовлетворены социальным отдыхом (5 – очень удовлетворен; 1 – совсем неудовлетворен). Практически половина опрошенных положительно оценила соответствие цены и качества (43%). Можно предположить, что требования к сервису и качеству у молодых людей не завышены. В целом, это говорит о том, что социальный отдых представлен на хорошем уровне.

На вопрос «Планируете ли Вы в ближайшее время социальный отдых?» более половины (60%) ответили отрицательно. В качестве причин они указали: 1-е место – нет времени, 2-е – по личным причинам, на 3-м месте указали финансовую причину (20%). Это свидетельствует о том, что не всегда финансовое и материальное обеспечение выступает решающим фактором при планировании отдыха и путешествий.

Данные сравнения посещаемых и планируемых мест характеризуют, что большинство опрошенных выбирает путешествия по Алтайскому краю. В крае

имеется большое разнообразие рекреационных ресурсов, которые способны удовлетворить туристские потребности отечественной молодежи. Отмечаются наиболее посещаемые молодежью алтайские турцентры, туристические дестинации: озеро Ая, город-курорт Белокуриха, Телецкое озеро, озеро Яровое, турцентр «Манжерок» и др. Причинами такой тенденции могут быть, с одной стороны, невысокая покупательная способность отдыхающих, с другой – постоянная связь с туристическими объектами и мероприятиями, которые предлагаются на данной территории.

Представляется интересным в рамках проведенного исследования отметить также наиболее привлекательные и интересные туристические экскурсии и мероприятия: экскурсия на заказник «Лебединый»; тур выходного дня на оз. Яровое; зимний тур выходного дня в туркомплекс; недельный тур в город-курорт Белокуриха; туристическая поездка «Семинский перевал» и др. (см. рис. 2).

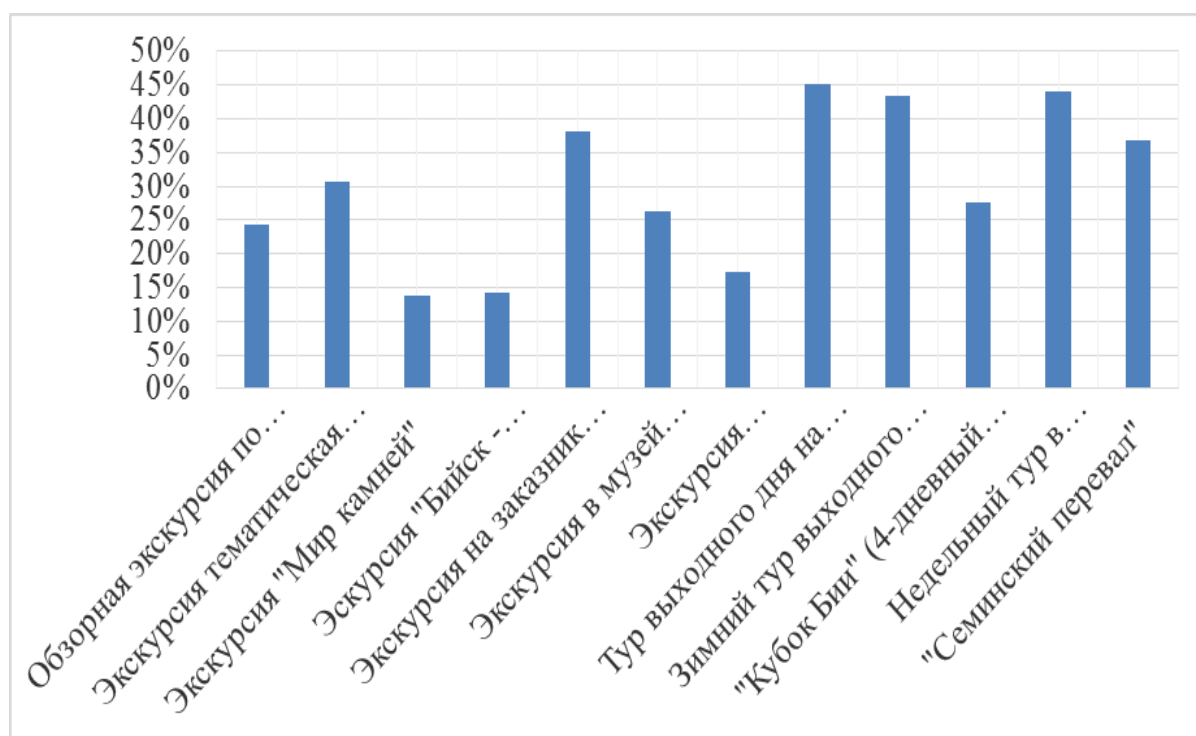


Рис. 2. Наиболее интересные туристические экскурсии и мероприятия

При этом респонденты отмечают, что для них желательно самостоятельное путешествие (59%), с друзьями и организовано группой (41%). Работа гида не всегда актуальна. Они готовы платить 1–2 тыс. руб., 2–3 тыс. руб. или даже выше этой стоимости. Отдых желательно в летний, а иногда в зимний период.

В качестве основных изменений, которые необходимо осуществить в системе социального отдыха, респонденты выделили следующее: расширить пе-

речень услуг и ассортимента дополнительных услуг, чаще внедрять новшества, вводить в социальную путевку спортивные программы, а также повышать компетентность обслуживающего персонала.

В качестве респондентов выступали студенты (девушки или юноши в основном до 22 лет), они являются российскими студентами (68%), а также иностранными (14%), студенты учатся в основном на бакалавриате, в магистратуре. Среди них 35% являются членами Лиги студентов.

Таким образом, исследование социального туризма в молодежном сегменте позволяет показать, что он развивается, социальные инициативы реализуются в разных регионах России. Именно, социальный туризм в регионах способен удовлетворять потребности отдыхающих, а для этого необходимо переосмысление роли и значения молодежи в условиях постоянного возрастания объемов внутренних туристских потоков, а также формирование в нашей стране новых теоретико-методологических основ развития социального туризма.

*Выводы.* С учетом вышеизложенного приходим к выводу, что различные регионы России применяют разные способы решения таких задач. Однако есть и то, что объединяет данный процесс, – это актуальность создания целевых программ по развитию социального туризма, в том числе среди молодежи как объединяющего фактора и средства, развивающего туризм в разных регионах России [16].

В перспективе «Туризм» как программа, мы считаем, может стать по своей значимости в ряд таких приоритетных национальных проектов, как «Образование» и «Здоровье». Данная программа позволит значительно улучшить развитие не только отдельного человека, но и подрастающего поколения и общества в целом [12].

В этой ситуации разработка социально ориентированного туристического продукта для молодежи может быть осуществлена за счет акцентов на социальную и культурную составляющие. Именно туристические программы, основанные на нравственно-духовной и научно-познавательной составляющих, как показало исследование, будут востребованы молодежью. Этот акцент к тому же позволяет развивать молодежный социальный туризм, часто опирающийся на принцип «нулевой экономики», т.е. без больших специальных финансовых вложений, где главным ресурсом становится энтузиазм и подвижность самих участников туристических маршрутов [7].

В молодежном туризме среди его разнообразных форм можно рекомендовать, к примеру, такие мероприятия, как туриады, турслеты, соревнования,

фестивали и др. Именно, участие в них прямым образом направлено на воспитание патриотизма подрастающего поколения, правильное формирование мировоззрения молодежи, гармоничное физическое воспитание, а также экологическое и историко-археологическое познание родного края и России в целом [3].

Результаты исследований социального туризма, несмотря на его специфику, позволяют подчеркнуть его значимость для каждого региона, что связано с проведением собственного исследования и выявления связи с природными, культурно-историческими и другими объектами, а также развитием инфраструктуры регионов.

За счет разработки и реализации целевой региональной программы социального туризма, в том числе в рамках молодежной политики, должно быть обеспечено взаимодействие государства, образовательных организаций (высшего и среднего звена) и бизнеса. Особенно подчеркнем, учитывая тенденцию роста числа иностранных студентов, важность предоставления им социальных туристских поездок по региону. Координатором в этом случае выступают представители профильных кафедр ведущих университетов в регионе. При этом важно стимулировать частно-государственное партнерство, участие представителей малого и среднего бизнеса в региональных и российских туристических проектах.

Главная идея данной программы – создание условий для развития внутреннего массового туризма, направленного на социальные категории населения как целевые сегменты, в том числе и молодежь. Для обеспечения доступности туристского отдыха для молодежи в регионе необходимо сбалансировать государственное регулирование, рыночный механизм и общественное самоуправление. Для этого важно совершенствовать систему организации социального туризма, обеспечения роста социальных инициатив на основе законодательства, сделать экономически выгодной для отечественных туроператоров их работу на внутреннем рынке туристских услуг, заинтересовать через систему льгот предпринимателей по формированию и реализации социально ориентированных недорогих туров по региону и России в целом. Ориентация социального туризма на развитие внутреннего туризма позволит решать как социальные, так и экономические проблемы регионов.

### Библиографический список

1. Алексеева Е.В., Тарасов А.Е. Состояние, проблемы и перспективы развития социального туризма в России // Инновационная наука: международный научный журнал. – 2015. – №11. – С. 149–151.
2. Артемова Е.Н., Козлова В.А. Молодежный сегмент туристского рынка как объект маркетинговых исследований // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 37–49.
3. Ведерников В.П., Косолапова В.А., Колесников Н.Р. Современный молодежный туризм как актуальное явление // Вестник Краснодарского государственного института культуры. 2018. № 1(14). [Электронный ресурс]. – URL: [vestnikkguki.esrae.ru/16-313](http://vestnikkguki.esrae.ru/16-313) (дата обращения: 18.02.2019).
4. Донскова Л.И. Актуальные аспекты развития социального туризма: теория и практика // Наука и туризм: стратегии взаимодействия: сборник статей / под ред. А.Г. Редькина. – Вып. 6 (4). – Барнаул, 2017. – С. 24–33.
5. Донскова Л.И., Редькин А.Г., Отто О.В., Беспалова Н.Н. Подходы к исследованию социального туризма: зарубежный и российский опыт // Наука Красноярья. – 2018. – Т. 7, № 4. – С. 100–125.
6. Кабиров И.С. Специфика развития социального туризма в Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики и права. Серия: Экономика. – 2013. – № 1. – С. 79–83.
7. Каменец А.В. Молодежный социальный туризм как общественная проблема // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2/2. – С. 857.
8. Колесова Ю.А. Молодежный туризм как фактор развития внутреннего туризма Кировской области // Общество. Наука. Инновации. (НПК-2017): сборник статей. Всероссийская ежегодная научно-практическая конференция. Вятский государственный университет. – Киров, 2017. – С. 5347–5352.
9. Путрик Ю.С. Социальная политика государства и ее реализация в области туризма в период 1992–2013 гг. // Государство и гражданское общество: политика, экономика, право. – 2013. – № 2. – С. 97–106.
10. Соколенко Т.В. Молодежный туризм в РФ и КНР: основные предпочтения и тенденции развития // Россия и Китай: новый вектор развития социально-экономического сотрудничества: материалы конференции. – Благовещенск, 2014. – С. 49–53.
11. Соколова Н.А. Социальный туризм в системе социальной защиты населения // Вестник Омского университета. Серия: Право. – 2007. – № 3 (12). – С. 99–106.

12. Тезиев Т.М., Савхалова С.Ч. Молодежный туризм – фактор здорового образа жизни // Система ценностей современного общества. Секция 13: Здоровый образ жизни как одно из условий формирования гармоничной личности. – 2016. – № 47. – С. 118–126.
13. Трофимов Е.Н. Социальный туризм в России и в Европе // Вестник РМАТ. – 2014. – № 3. – С. 3–11.
14. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/>.
15. Шешегова Е.В. О социальном туризме // Актуальные проблемы управления и экономики: материалы Международной научно-практической конференции / отв. ред. М.В. Кочетков. – Красноярск, 2016. – С. 87–91.
16. Юдина Т.А., Балаян М.Н. Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 5. – С. 18–22.
17. Ferrer J.G., Sanz M.F., Ferrandis E.D. et al. Social tourism and healthy ageing // *International Journal of Tourism Research*. – 2015. DOI: 10.1002/jtr.2048.
18. Jablonska J., Jaremko M., Timčák M. Social tourism, its clients and perspectives // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. – 2016. – Vol. 7, No. 3. – P. 42–52.
19. Kim H., Woo E., Uysal M. Tourism experience and quality of life among elderly tourists // *Tourism Management*. – 2015. – Vol. 46. – P. 465–476.
20. Kouřilová J., Kratochvílová I. Social tourism support in the Czech Republic // *Czech Journal of Tourism*. – 2014. – Vol. 3, No.1. – P. 63–81. DOI: 10.2478/cjot-2014-0004.
21. Minnaert L. Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty // *Tourism Management*. – 2014. – Vol. 40. – P. 282–289.
22. Schänzel H.A., Yeoman I. The future of family tourism // *Tourism Recreation Research*. – 2014. – Vol. 39, No. 3. – P. 343–360.
23. Донскова Л.И., Редькин А.Г. Результаты исследования социального туризма в молодежном сегменте (среди студентов вузов Алтайского края), 2017 г. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2018621395. Дата государственной регистрации в Реестре баз данных 06 июня 2018 г.
24. Официальный сайт Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения» [Электронный ресурс]. – URL: <http://turcentrrf.ru>

## References

1. Alekseeva E.V., Tarasov A.E. Sostoyanie, problemy i perspektivy razvitiya social'nogo turizma v Rossii // Innovacionnaya nauka: mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal. – 2015. – № 11. – S. 149–151.
2. Artemova E.N., Kozlova V.A. Molodezhnyj segment turistskogo rynka kak ob"ekt marketingovyh issledovanij // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2004. – № 4. – S. 37–49.
3. Vedernikov V.P., Kosolapova V.A., Kolesnikov N.R. Sovremennyj molodezhnyj turizm kak aktual'noe yavlenie // Vestnik Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury. – 2018. – № 1(14). URL: [vestnikkguki.esrae.ru/16-313](http://vestnikkguki.esrae.ru/16-313) (data obrashcheniya: 18.02.2019).
4. Donskova L.I. Aktual'nye aspekty razvitiya social'nogo turizma: teoriya i praktika // Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya: sbornik statej / pod red. A.G. Red'kina. – Vyp. 6 (4). – Barnaul, 2017. – S. 24–33.
5. Donskova L.I., Red'kin A.G., Otto O.V., Bepalova N.N. Podhody k issledovaniyu social'nogo turizma: zarubezhnyj i rossijskij opyt // Nauka Krasnoyar'ya. – 2018. – T. 7, № 4. – S. 100–125.
6. Kabirov I.S. Specifika razvitiya social'nogo turizma v Rossijskoj Federacii // Aktual'nye problemy ekonomiki i prava. Seriya: Ekonomika. – 2013. – № 1. – S. 79–83.
7. Kamenec A.V. Molodezhnyj social'nyj turizm kak obshchestvennaya problema // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2015. – № 2/2. – S. 857.
8. Kolesova Yu.A. Molodezhnyj turizm kak faktor razvitiya vnutrennego turizma Kirovskoj oblasti // Obshchestvo. Nauka. Innovacii. (NPK-2017): sbornik statej. Vserossijskaya ezhegodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. Vyatskij gosudarstvennyj universitet. – Kirov, 2017. – S. 5347–5352.
9. Putrik Yu.S. Social'naya politika gosudarstva i ee realizaciya v oblasti turizma v period 1992–2013 gg. // Gosudarstvo i grazhdanskoe obshchestvo: politika, ekonomika, pravo. – 2013. – № 2. – S. 97–106.
10. Sokolenko T.V. Molodezhnyj turizm v RF i KNR: osnovnye predpochteniya i tendencii razvitiya // Rossiya i Kitaj: novyj vektor razvitiya social'no-ekonomicheskogo sotrudnichestva: materialy konferencii. Blagoveshchensk, 2014. – S. 49–53.
11. Sokolova N.A. Social'nyj turizm v sisteme social'noj zashchity naseleeniya // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Pravo. – 2007. – № 3 (12). – S. 99–106.
12. Teziev T.M., Savhalova S.CH. Molodezhnyj turizm – faktor zdorovogo obraza zhizni // Sistema cennostej sovremennogo obshchestva. Sekciya 13: Zdorovyj



obraz zhizni kak odno iz uslovij formirovaniya garmonichnoj lichnosti. – 2016. – № 47. – S. 118–126.

13. Trofimov E.N. Social'nyj turizm v Rossii i v Evrope // Vestnik RMA. – 2014. – № 3. – S. 3–11.

14. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/>

15. SHeshegova E.V. O social'nom turizme // Aktual'nye problemy upravleniya i ekonomiki: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii / otv. red. M.V. Kochetkov. – Krasnoyarsk, 2016. – S. 87–91.

16. Yudina T.A., Balanyan M.N. Molodezhnyj turizm kak faktor razvitiya mezhdunarodnogo turizma na territorii Krasnodarskogo kraja // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. – 2015. – № 5. – S. 18–22.

17. Ferrer J.G., Sanz M.F., Ferrandis E.D. et al. Social tourism and healthy ageing // International Journal of Tourism Research. – 2015. DOI:10.1002/jtr.2048.

18. Jablonska J., Jaremko M., Timčák M. Social tourism, its clients and perspectives // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2016. – Vol. 7, No. 3. – P. 42–52.

19. Kim H., Woo E., Uysal M. Tourism experience and quality of life among elderly tourists // Tourism Management. – 2015. – Vol. 46. – P. 465–476.

20. Kouřilová J., Kratochvílová I. Social tourism support in the Czech Republic // Czech Journal of Tourism. – 2014. – Vol. 3, No.1. – P. 63–81. DOI: 10.2478/cjot-2014-0004.

21. Minnaert L. Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty // Tourism Management. – 2014. – Vol. 40. – P. 282–289.

22. Schänzel H.A., Yeoman I. The future of family tourism // Tourism Recreation Research. – 2014. – Vol. 39, No. 3. – P. 343–360.

23. Donskova L.I., Red'kin A.G. Rezul'taty issledovaniya social'nogo turizma v molodezhnom segmente (sredi studentov vuzov Altajskogo kraja), 2017 g. Svidetel'stvo o gosudarstvennoj registracii bazy dannyh №2018621395. Data gosudarstvennoj registracii v Reestre baz dannyh 06 iyunya 2018 g.

23. Ofitsial'nyj sajt Federal'nogo gosudarstvennogo bjudzhetnogo obrazovatel'nogo uchrezhdenija dopolnitel'nogo obrazovaniya «Federal'nyj tsentr detsko-junosheskogo turizma i kraevedeniya» [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://turcentrrf.ru>.

24. «AESEC» v Rossii / Mezhdunarodnoe volonterstvo i stazhirovki studentov [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://aiesec.ru>.