

Юдина Татьяна Александровна

доктор социологических наук, профессор
Сочинского государственного университета

Баланян Манушак Назаретовна

преподаватель
Сочинского государственного университета

**МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР
РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО
ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Аннотация:

Проблемы развития молодежного туризма в России имеют значение практически для каждого человека в стране, так как речь идет о будущем нации в целом. В статье затронут вопрос о необходимости формирования подходящих условий для создания на территории Краснодарского края современного конкурентоспособного и высокоэффективного туристского продукта, доступного для всей молодежи страны и ближнего зарубежья. В качестве ответа на этот вопрос представлена концепция создания межсезонного молодежного лагеря на территории Краснодарского края с использованием постолимпийского наследия.

Ключевые слова:

молодежный сегмент туристского рынка, виды молодежного туризма в структуре молодежного досуга, основные проблемы развития молодежного туризма на курортах Краснодарского края, маркетинговый анализ молодежного досуга на курорте, межсезонный молодежный лагерь.

Yudina Tatiana Aleksandrovna

D.Phil. in Social Science, Professor,
Sochi State University

Balanian Manushak Nazaretovna

Lecturer,
Sochi State University

**YOUTH TOURISM
AS A FACTOR OF INTERNATIONAL
TOURISM DEVELOPMENT
IN THE KRASNODAR TERRITORY**

Summary:

The issues of youth tourism development in Russia are important for almost everybody in the country, since they are concerned with the future of the nation. The article discusses formation of favourable conditions in the Krasnodar Territory for creation of modern, competitive and high-performance tourist product available to all young people of the country and the near abroad. As an option the authors present the conception of the off-season youth camp in the Krasnodar Territory with exploitation of the post-Olympic heritage.

Keywords:

youth segment of the tourist market, types of youth tourism in the structure of youth leisure, major problems of youth tourism development in the resorts of the Krasnodar Territory, marketing analysis of youth leisure in the resort, off-season youth camp.

В процессе исследования молодежного туризма как фактора развития туристического сектора авторами были применены следующие **методы**: наблюдение, сбор материалов, анкетирование, обработка результатов, анализ документов по выявлению положительных тенденций развития молодежного туризма в данном регионе.

Практическая значимость работы заключается в том, что материалы исследования могут быть применены в практической деятельности руководителями туристских предприятий, организующих молодежный отдых, инвесторами, педагогическими коллективами, санаториями, занимающимися разработкой конкретных программ по улучшению отдыха молодежи, созданию единого движения, скреплению межличностных отношений между разными этническими группами. **Целью исследования** является изучение рынка молодежного туризма, его современного состояния, оценка перспектив развития данного направления.

Введение. Молодежный туризм – это перспективное направление развития сферы отдыха. Необходимость его тщательного формирования и планирования обусловлена такими социальными качествами молодежи, как активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность. Высокая туристская активность объясняется также стремлением молодых людей к общению и познанию. Им свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени (например, каникулы).

Экономические потрясения и политические катаклизмы внесли существенные изменения в современную действительность. Во всей этой суматохе молодежные проблемы отошли на задний план, о них почти перестали говорить. И это тогда, когда состояние физического и нравственного здоровья будущих поколений вызывает серьезные опасения и требует использования всех возможных средств для исправления сложившейся в последние годы ситуации.

В этом контексте одной из важнейших форм воспитания молодежи, организации ее свободного времени можно считать туризм и экскурсии. Ведь возможность путешествовать способствует физическому и психическому здоровью человека, независимо от его возраста и социального статуса, восстанавливает и повышает уровень работоспособности, развивает и усиливает познавательные, интеллектуальные и коммуникативные способности. В то же время правильная организация туристско-экскурсионной работы способна снять многие молодежные проблемы, с которыми сталкивается наше общество на протяжении ряда лет [1].

Однако, в силу экономических и других причин, большая часть учащейся молодежи не покидает пределов своего регионального пространства, не использует для формирования своего мировоззрения исторические и культурные ценности, сосредоточенные в различных уголках планеты. И в первую очередь это относится к студентам, чье профессиональное становление заключается прежде всего в постоянном расширении и обновлении кругозора. Речь идет о вузах, готовящих кадры для туризма.

В России с каждым годом растет количество лицензий, выдаваемых вузам на право оказания образовательных услуг в области туризма. Существуют также десятки техникумов, колледжей, лицеев и других образовательных структур, которые разрабатывают модели подготовки специалистов в данной сфере. Все они нуждаются в обмене опытом, а студенты – в полноценных знаниях и практическом овладении навыками по оказанию различных туристских услуг.

Естественно, что различные регионы России применяют разные способы решения таких задач. Однако есть и то, что объединяет данный процесс в различных регионах – это актуальность создания программы по улучшению отдыха молодежи разных национальностей как объединяющего фактора и средства, развивающего международный туризм в разных регионах России.

Туристическая активность молодежи определяется скорее не социальным статусом, уровнем дохода и образования или какими-либо социально-демографическими показателями, а туристической мотивацией (см. табл. 1). Среди туристических мотивов доминирующее положение занимают гносеологические (познавательные) и коммуникационные. При этом познание рассматривается в двух плоскостях: как познание мира (новые места, новые люди, новые знакомства) и как познание самого себя (возможность испытать себя). Второе место занимает коммуникационная мотивация, состоящая в удовлетворении потребности в общении, поиске новых друзей, знакомств, а также поддержании старых дружеских связей. Гедонистические мотивы, которые заключаются в отдыхе, развлечениях и эмоциональном стимулировании, находятся на третьем месте.

Таблица 1 – Рейтинг мотивов совершения путешествий молодежи

Мотив	Порядковый номер в рейтинге	Численность от общего объема выборки, %
Желание расслабиться, загорать и купаться в море	1	73,8
Стремление к комфорту и роскоши	11	21,8
Физическая нагрузка, занятие спортом	15	17,0
Поиск приключений	4	44,2
Флирт, любовь, эротика	14	18,4
Стремление чувствовать себя свободным от повседневных социальных норм и требований	3	46,6
Посещение культурных мероприятий, достопримечательностей	6	37,9
Посещение дискотек и ночных клубов	5	41,2
Забота о своем здоровье и красоте тела	9	23,8
Общение, знакомство с новыми людьми	2	51,9
Единение с природой	13	18,9
Знакомство с новым образом жизни, культурой и языком местных жителей	12	19,9
Знакомство с кухней посещаемого региона	10	22,8
Повышение уровня образования	7	29,6
Шопинг	8	26,2

Молодежный туризм не представляет собой гомогенное пространство. При этом следует говорить скорее не о видовом разнообразии туристских практик (спортивный, научный туризм и т. д.), а о четком разделении молодежного туристического пространства на два дихотомических полюса. Во-первых, это туризм, непосредственно осуществляемый и координируемый через туроператора (характеризуется приобретением путевки и определенным набором предоставляемых услуг); во-вторых – самостоятельное путешествие, полностью разрабатываемое и планируемое непосредственно путешественниками. Соответственно, мы можем говорить о двух противоположных туристских идентичностях – турист и путешественник.

Молодежные путешествия отличает тщательность планирования и экономичность. В целом образ молодого туриста наиболее часто отождествляется с такими атрибутами, как автостоп, рюкзак и палатка. Также интересно отметить, что атрибуты комфорта и сервиса, на которых, как правило, в первую очередь акцентируется внимание в туристических проспектах турагентств (отель, аэропорт, бассейн и т. д.), совершенно не встречались среди ответов респондентов.

Молодые туристы, как правило, останавливаются в хостелах – дешевых молодежных гостиницах типа общежития. Если говорить об основных мероприятиях, которые свойственны молодым туристам во время путешествия, то следует отметить следующие: прогулки по местности с посещением достопримечательностей, фото- и / или видеосъемку, приобретение сувениров и каких-либо товаров, которые являются символом данной дестинации, посещение местных кафе, баров, клубов. Необходимо учесть такой феномен, как «жажда путешествия». Молодые туристы определяют основные выгоды путешествия как получение опыта для планирования последующего путешествия. Другими словами, туризм порождает туризм.

Обсуждение проблемы. Молодежный сегмент для любого национального туристского рынка – один из самых перспективных. Связано это в первую очередь с высокой степенью мобильности данной части населения в силу небольшого числа социальных ограничений, а также достаточным количеством свободного времени в связи с продолжительными каникулами. Кроме того, источники доходов современной молодежи становятся разнообразнее: все больше молодых людей самостоятельно зарабатывают денежные средства, которые зачастую расходуют на проведение своего досуга, в том числе на организацию путешествий.

В ходе проведенного с октября 2013 г. по май 2014 г. исследования изучались основные мотивы поездок, приоритетные туристские направления, продолжительность путешествий, а также величина туристских расходов в целом. Исследование проводилось в форме анкетирования. Было опрошено 412 человек, это молодежь в возрасте 17–29 лет.

Как и в любой стране мира, молодежь в России проявляет высокий интерес к путешествиям. На вопрос «Любите ли вы путешествовать?» 97,8 % россиян дали положительный ответ.

Согласно данным таблицы 1, во время путешествий чаще всего молодыми людьми движет желание расслабиться, загорать и купаться в море. Следующим по важности мотивом является общение и знакомство с новыми людьми. Во время путешествий российская молодежь уделяет много внимания здоровью и красоте своего тела, чаще стремится к комфорту и роскоши, проявляет несколько больший интерес к развлечениям, в частности к посещению дискотек и ночных клубов.

Исходя из особенностей мотивации, можно определить виды путешествий, которые будут пользоваться у данного сегмента особенно высоким спросом. Это отдых на море, экскурсионные туры по городам, посещение родственников. Среди туристов также очень популярны оздоровительные программы. Они отдают предпочтение познавательным и образовательным турам, поездкам с целью повышения квалификации, отдыху на природе. Мотивация определяет спрос на определенные туристские направления (рис. 1).

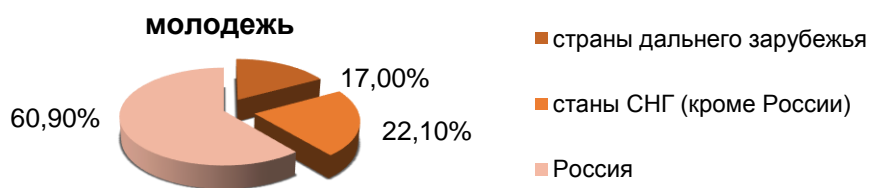


Рисунок 1 – Основные туристские направления, пользующиеся спросом у российской молодежи

Согласно диаграмме, можно сделать вывод, что молодежь в большинстве в своем выбирает путешествия по всей стране – 60,9 % опрошенных. Причинами такой тенденции могут быть низкая покупательная способность и более жесткие визовые формальности по отношению к жителям России в ряде зарубежных стран. Кроме того, Россия обладает большим разнообразием рекреационных ресурсов, которые способны удовлетворить туристские потребности отечественной молодежи. Страны СНГ являются основным туристским направлением для 22,1 % опрошенных россиян. И совсем небольшая их часть – 17,0 % – выбирает для путешествия страны дальнего зарубежья.

Представляется интересным в рамках проведенного исследования также определить наиболее посещаемые молодежью страны (табл. 2).

Таблица 2 – Рейтинг наиболее посещаемых российской молодежью стран

Порядковый номер в рейтинге	Страна	% посетившей страну молодежи из числа опрошенных
1	Турция	52,4
2	Египет	9,4
3	Белоруссия	8,9
4	Германия	6,1
5	Польша	3,8
6	Франция	3,3
7	Греция	2,4
8	Тунис	1,9
9	Чехия	1,9
10	Дания	0,5

У молодых россиян наибольшей популярностью среди зарубежных стран пользуется Турция (52,4 %). В пятерку самых посещаемых стран также вошли Египет (9,4 %), Белоруссия (8,9 %), Германия (6,1 %), Польша (3,8 %). За последние три года 39,6 % молодых россиян не выезжали за рубеж.

Таким образом, среди молодежи наиболее популярны направления, обладающие определенным набором рекреационных ресурсов, в наибольшей степени отвечающих основным мотивам путешествия. Прежде всего это желание отдохнуть на берегу моря. Поэтому неудивительно, что самые посещаемые молодежью страны – Турция и Египет.

В ходе исследования была выявлена и величина туристских расходов молодежи на четырнадцатидневное путешествие по основным туристским направлениям. Такая продолжительность тура выбрана в силу ее наибольшей востребованности. По результатам проведенного исследования диапазон туристских расходов для россиян выглядел следующим образом: до 5000 руб., 5001–7000 руб., 7001–10 000 руб., 10 001–30 000 руб. и свыше 30 000 руб. Путешествующая в пределах России молодежь расходует в течение четырнадцати дней 7 001–10 000 руб.

Таким образом, максимальные траты на туризм совершаются в пределах страны дальнего зарубежья, что связано с дополнительными транспортными расходами. Приведенные данные позволяют также сделать вывод о том, что российская молодежь обладает достаточными средствами, чтобы потратить их на туризм, чем еще раз подчеркивается важность и перспективность развития молодежного сегмента туристского рынка.

Молодежный туризм на сегодняшний день – один из самых устойчивых сегментов туристского рынка России. Такая тенденция объясняется тем, что современная молодежь любит активный отдых, новые знакомства, новые места и ищет курорт, который отвечает ее потребностям.

На протяжении последних 15 лет исследованием привлекательности России как зоны активного отдыха никто не занимался. За это время страна не только не привлекла внимание иностранных путешественников, но и не смогла сохранить интерес молодых соотечественников. А такое явление, как «молодежный туризм», до сих пор не имеет официального статуса. Необходимо разработать ряд программ, проектов, способных возродить отрасль внутреннего туризма. Решение проблемы видится в создании туристского продукта, который привлечет внимание к уникальным природным зонам России молодых туристов уже в ближайшее время [2].

На наш взгляд, оптимальным решением данной проблемы выступает создание межсезонного молодежного лагеря, ориентированного на личностный рост, развитие социальной активности молодежи, поддержку и реализацию социальных инициатив, а также развитие лидерских качеств молодого поколения страны.

В Краснодарском крае и Сочи сегодня полным ходом идет строительство крупных инфраструктурных объектов, бурно развивается городская и курортная инфраструктура [3]. Предполагается, что создание молодежных лагерей привлечет отечественных и зарубежных инвесторов, сплотит между собой народности, поднимет имидж не только города-курорта Сочи и Краснодарского края, но и всей страны.

Один из самых масштабных проектов в России – зимние Олимпийские игры 2014 г. – превратил Сочи в круглогодичный курорт мирового уровня. Благодаря Играм в городе появилась современная инфраструктура, почти 400 км дорог, 22 тоннеля, 200 км железнодорожного полотна, 54 моста для поездов и электричек. И это еще не все. Возведены сотни гостиниц, больницы и, конечно, грандиозная спортивная база. Мы предлагаем воспользоваться данным постолимпийским наследием и на базе одного из пансионатов города-курорта Сочи организовать молодежный межсезонный лагерь.

Приоритетными целями создания лагеря являются:

– вовлечение молодежи в социальную практику и ее информирование о потенциальных возможностях развития,

- предоставление молодым людям возможности проявить себя, реализовать свой потенциал,
- обучение молодых граждан определенным трудовым навыкам и стимулирование профессиональной ориентации,
- развитие личности путем вовлечения в творческую и общественно-политическую деятельность города и страны в целом,
- формирование лидерских качеств молодого поколения страны,
- утверждение национально-патриотических ценностей,
- укрепление физического и психологического здоровья молодежи,
- привитие чувств уважения и любви к культуре, природе и истории как России, так и других стран мира,
- установление дружеских контактов между молодежными туристскими коллективами России и стран ближнего зарубежья.

Задачи лагеря:

- ознакомить участников с механизмами реализации государственной молодежной политики,
- организовать обучающие занятия, направленные на развитие лидерских качеств, формирование гражданской позиции, умений и навыков общественно-политической деятельности.

Данная программа лагеря, на наш взгляд, может быть позитивно освещена в СМИ, интернет-сетях и т. д. У Краснодарского края есть все шансы привлечь к себе особое внимание и интерес не только отдыхающих, но и инвесторов со всего мира.

Положительными результатами пребывания юношей и девушек в молодежном лагере будут являться углубление теоретических знаний и практических навыков организационной работы, повышение их конкурентоспособности как специалистов, личностный рост, а также готовность к осуществлению управленческой деятельности.

Однако необходимо помнить, что, устраивая мероприятия разного рода (в том числе спортивные), творческие вечера для молодых людей, необходимо соблюдать временные и энергетические лимиты, тщательно обдумывая определенный набор переключений с одного занятия на другое. Нарушение меры в любом виде деятельности превращает ее в утомительную, а значит, неудобную для отдыха. Следовательно, много хорошего – тоже плохо, ведь не всегда чем ярче, тем лучше.

Заключение. С учетом вышеизложенного, приходим к выводу, что актуальность развития международного туризма на территории Краснодарского края через молодежный туризм обусловлена: во-первых, насущной необходимостью переосмысления роли и значения молодежи в условиях постоянного возрастания объемов мировых туристских потоков исходя из целей и задач развития общества; во-вторых, потребностью России в формировании новых теоретико-методологических основ управления развитием туризма; в-третьих, отсутствием методологической базы и недостаточностью методических разработок проблемы комплексного развития системы молодежного туризма, ее стимулирования и продвижения.

Таким образом, полагаем, что предложенная нами программа молодежного лагеря поможет повысить уровень гостеприимства города Сочи и стимулировать его развитие как курорта мирового уровня посредством обеспечения устойчивого развития и функционирования сферы культуры.

Ссылки:

1. Скрипунова Е.А., Морозов А.А. О предпочтениях городской молодежи // Социс. 2004. № 1. С. 105–110.
2. Менеджмент социокультурного развития студентов в условиях интеграции в гражданское общество / Т.А. Юдина, М.Н. Балаян, Е.Н. Чеснокова, А.Л. Ховякова, Н.М. Григорашенко-Алиева. Сочи, 2013. 138 с.
3. Юдина Т.А. Разработка концепции устойчивого развития волонтерства в РФ как эффективного института гражданского общества // Известия СГУ. 2014. № 3 (31). С. 188–197.

References:

1. Skripunova, EA & Morozov, AA 2004, 'About the preferences of urban youth', *Sotsis*, no. 1, p. 105-110.
2. Yudina, TA, Balanyan, MN, Chesnokova, EN, Hovyakova, AL & Grigorashenko-Aliyeva, NM 2013, *Management of socio-cultural development of students in terms of integration into civil society*, Sochi, 138 p.
3. Yudina, TA 2014, 'Development of the concept of sustainable development of volunteering in the Russian Federation as an effective institution of civil society', *Proceedings of SSU*, no. 3 (31), p. 188-197.