

К.А. Краснопёрова
Научный руководитель: д.т.н., доцент Л.И. Шулятьева
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: krasnoperova.kseniyapolya@mail.ru

Оптимизация процессов формирования и реализации туристских продуктов по направлению молодёжный туризм

В современных условиях молодёжный туризм получает дополнительный импульс в развитии, так как растёт благосостояние общества. А так же проявляется дополнительный интерес к истории.

Изучая динамику развития туризма в России можно сказать о том, что на неё влияет большое количество факторов (возраст, уровень доходов и жизни, род занятий, свободное время и многое другое).

Молодёжный туризм – способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирование ценностных ориентиров, нравственного оздоровления нации, один из путей социализации личности.[1]

Самым мобильным слоем населения является молодёжь. Именно она чаще всего выбирает подвижный отдых, отправляется в путешествие. Рассмотрим факторы, влияющие на развитие молодёжного туризма.

Население России составляет 146 267 000 человек; из них в возрасте от 15 до 30 лет: 28 742 000; женщин: 14 620 000, мужчин: 14 122 000. [2]

По оценкам специалистов, уровень жизни резко упал в начале 2015года, доходы трудоспособного населения упали на 9%. За чертой бедности оказались 21 700 000 граждан. Но уже в январе 2016 года уровень заработной платы вырос на 3,1%, теперь она составляет 32 122 рублей. [3]

По статистике Росстата в 2012 году внутренний туризм был менее популярным, чем выездной туризм. В 2012 году 1 800 000 российских граждан приобрели путёвки с целью путешествия по России. Наиболее популярными направлениями традиционно стали: курортные зоны Краснодарского края (373 000), города Санкт-Петербург (177 000) и Москва (131 000), а также Республика Татарстан (60 000), Чувашская Республика (58 000), Ставропольский край (56 000), Республика Алтай (50 000) и Республика Башкортостан (48 000). Больше всего путешествуют жители Республики Алтай(10%), Новгородской области (4,9%), Чувашской Республики (4,7%), Республики Карелии (4,1%) и Владимирской области (4,1%). Почти каждый второй россиянин предпочёл отдыхать в пределах субъекта, где он проживает. Но уже в 2015 году по статистике Росстата выездной туризм снизился на 40%, а рост внутреннего туризма увеличился на 30%: около 41 500 000 россиян предпочли путешествия внутри страны. Основное увеличение потока туристов наблюдалось на Крымском направлении. Из-за увеличения цен на гостиничные услуги в Краснодарском крае туристический поток туда снизился на 30%. [4]

Объёмы оказания платных услуг населению с каждым годом растут. Самыми популярными являются услуги гостиниц и аналогичных средств размещения. За ними следуют туристические и санаторно-оздоровительные услуги. [5]

Анализируя статистику, становится понятно, что в настоящее время внутренний туризм в России растёт быстрыми темпами. Именно молодёжь предпочитает путешествия внутри страны. Особой популярностью пользуются туры с активным видом деятельности. Чаще всего туристы предпочитают самостоятельные туры: добираются до места назначения без помощи турфирм, бронируют лишь места размещения, именно этим обусловлена популярность гостиничных услуг. При выборе средств размещения молодёжь склоняется в пользу кемпингов и хостелов, нежели гостиниц. Кемпинг – оборудованный лагерь, с местами для установки палаток и стоянкой для автомобилей. Хостел – бюджетный вид размещения, который предоставляется как на короткий, так и на длительный срок. Также при выборе самостоятельного туризма молодёжь пользуется туристическими услугами, чаще всего заказом

экскурсий. Транспортные услуги не являются популярными, так как требуют очень больших расходов. В целях экономии туристы используют личный транспорт, либо ищут попутчика с автомобилем через сеть интернет. Если же не находится автомобиля, то комфортабельность транспорта отходит на второй план, и на первом месте снова стоит цена за транспортную услугу. Например, при бронировании железнодорожных билетов отдают предпочтение сидячим местам, нежели плацкарту или купе.

Таким образом, можно сделать вывод, что мобильность молодежи растет. Путешествия становятся неотъемлемой частью отдыха. Именно молодое поколение может вызвать ещё больший рост внутреннего туризма. Но для этого необходима оптимизация процессов при формировании туров, учёт уровня доходов молодёжи, их предпочтений и возраста.

Литература

1. Г.В. Палаткина Молодежный туризм : учебное пособие . — М. : КНОРУС ; Астрахань : АГУ, ИД «Астраханский университет», 2016. — 206 с.
2. Население России: численность, динамика, статистика [электронный ресурс]: <http://www.statdata.ru/russia>
3. Официальная статистика \ Население \ Уровень жизни [электронный ресурс]: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#
4. Туризм в России 2016 [электронный ресурс]: http://www.beboss.ru/journal/franchise/articles/2829-tourism_in_russia_2015_statistics
5. Официальная статистика \ Предпринимательство \ Розничная торговля, услуги населению, туризм [электронный ресурс]: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#