

СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ ГРУППЫ: ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

Л. И. Донскова

Российский государственный социальный университет,
Москва, Россия

А. Л. Баранников

Московский университет имени С. Ю. Витте,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
Москва, Россия

М. Ю. Маковецкий

Московский университет имени С. Ю. Витте, Москва, Россия

В статье рассматривается молодежный туризм как часть социального туризма и элемент туристской системы, для которой присущи социально-экономические черты и влияние разнообразных факторов и условий. Теоретическое и эмпирическое исследование молодежного туризма актуально, что обусловлено такими качествами молодого поколения, как мобильность, стремление к познанию, а также современными условиями и возможностями организации своего досуга и путешествий. В результате сложных событий, связанных с COVID-19 и закрытием границ с зарубежными странами, отмечается активное развитие внутреннего туризма. Авторы выделили особенности молодежного туризма, а также показали его связь с территориальными факторами и условиями развития в будущем. При исследовании использовались общенаучные методы, контент-анализ, социологический метод (опрос, проводимый среди студентов вузов и колледжей), а также статистические методы (группировки, средневзвешенной арифметической). Рассматривая научные взгляды отечественных и зарубежных ученых по вопросам молодежного туризма, авторы особое внимание уделили важности социально-культурных элементов, обусловленных мотивацией путешествий для этой группы туристов, а также влиянием факторов и условий, связанных с региональными особенностями. Отмечено, что при планировании развития молодежного туризма следует учитывать особенности предпочтений молодежи в туристских программах и мероприятиях, разнообразие отношений в социальных группах во время отдыха и путешествий, при этом акцентируя внимание на социально-культурных составляющих.

Ключевые слова: социальный туризм, социальная инициатива, молодежная группа, мотивация, предпочтения, социологический опрос.

SOCIAL TOURISM FOR YOUTH GROUPS: KEY PREFERENCES AND TRENDS

Ludmila I. Donskova

Russian State Social University, Russia, Moscow

Alexander L. Barannikov

Moscow Witte University,
The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Moscow, Russia

Mikhail U. Makovetsky

Moscow Witte University, Moscow, Russia

The article studies youth tourism as a part of social tourism and a component of travelling system, which is characterized by social and economic features and impact by different factors and conditions. Theoretical and

empiric research of youth tourism is topical, which is stipulated by such qualities of the younger generation as mobility, striving for cognition and today's possibilities to organize leisure time and travelling. Due to complicated situation connected with COVID-19 and closing borders with foreign countries fast development of internal tourism is observed. The authors underlined specific features of youth tourism and showed its ties with territorial factors and conditions of future development. General academic methods, such as content-analysis, sociological method (survey was conducted among students of universities and colleges) and statistic methods: grouping, average-mean arithmetical ones were used in the research. While studying academic views of home and overseas scientists concerning youth tourism the authors paid attention to the importance of social and cultural components envisaged by travelling motivation for the given group of tourists and the impact of factors and conditions connected with regional features. It was pointed out that to plan the youth tourism development it is necessary to take into account preferences of young people in travel programs and events, various relations in social groups during holidays and travels, paying special attention on social and cultural components.

Keywords: social tourism, social initiative, youth group, motivation, preferences, sociological survey.

Введение

Для каждой страны большое экономическое, политическое и социально-культурное значение имеет внутренний и въездной туризм. К социальному туризму относятся туризм для пенсионеров, молодежи, семейный, обеспечивающие возможности для удовлетворения потребностей в отдыхе и путешествиях социальным категориям населения. Одним из самых перспективных считается молодежный туризм. Высокая туристская активность молодых людей объясняется такими качествами, как мобильность, восприимчивость к новым идеям, романтизм, стремление к познанию и общению. В последнее время отмечается, что молодежь самостоятельно зарабатывает денежные средства, имеет возможность организовывать трудовую деятельность по индивидуальным графикам или с использованием дистанционных технологий, что способствует планированию свободного времени, а также организации своего досуга, путешествий. При этом молодые люди не предъявляют высоких требований к качеству и уровню сервиса, предпочитая недорогие бюджетные туры. К примеру, в европейских странах для молодежи туроператоры предлагают различные варианты отдыха по продолжительности, уровню комфорта проживания, типу питания и др.

В России в настоящее время стратегическая линия развития внутреннего туризма направлена на новый, социально ориентированный уровень. Для достижения целей Стратегии развития туризма в Российской

Федерации на период до 2035 года необходимо выявить потенциал соответствия туристского продукта ожиданиям целевых аудиторий, определить приоритетные территории и создать условия для повышения заинтересованности бизнеса в системном развитии туризма [6]. На практике доля туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, невысокая, в том числе отсутствуют фирмы, специализирующиеся на молодежном сегменте. К тому же выделить долю молодежного сегмента как в международных, так и в российских туристских потоках проблематично, поскольку подобный мониторинг не осуществляется. В планировании туристской деятельности большое значение имеют статистические наблюдения и эмпирические исследования. Также отметим, что под влиянием последних событий в мире, в том числе и связанных с COVID-19, туризм проявляет высокую адаптацию к происходящим изменениям. Несмотря на некоторое снижение покупательской способности, закрытие границ на международные поездки, россияне по-прежнему проявляют интерес к поездкам и путешествиям. Представителям туристского бизнеса необходимо способствовать повышению туристской активности россиян, в том числе за счет развития туризма для социальных групп населения на внутреннем рынке, при этом актуализировать такие направления, как экологические и рекреационные, обеспечение доступности турпродуктов и стимулирование мотивации к совершению путешествий.

Контент-анализ

Теме социального туризма, в частности в молодежном сегменте, посвящено достаточно много научных публикаций зарубежных (Л. Миннарт [14], Я. Джеблонски, М. Джаремко, Г. М. Тимчак [12], Я. Кюрилова, И. Краточвилова [13]) и отечественных (Ю. С. Путрик [7], Л. И. Донскова, А. Г. Редькин, О. В. Отто, А. А. Макаров, Е. В. Мягкова [3], Е. Н. Артемова, В. А. Козлова [1], Т. В. Соколенко [8] и др.) авторов. Социально-экономическая ситуация, социальная сфера характеризуют туризм и его связи с политическими, экономическими, социальными и культурными факторами. При этом влияние политического фактора, на наш взгляд, является самым важным.

В европейских странах действует проект «Калипсо» по поддержке туризма для социальных категорий населения, цель которого – обеспечить доступность путешествий для следующих социальных групп населения: пожилых людей и пенсионеров, молодежи в возрасте от 18 до 30 лет, семей с невысокими доходами и инвалидов [2]. В рамках этого проекта для обеспечения туристских поездок для молодежи выделен туроператор «СКМ 2000 путешествия». Его основная миссия заключается в повышении качества жизни молодых людей, студентов и преподавателей (включая предоставление скидок на билеты автобусов и поездов, организацию обмена студентами, участие в летних учебных программах и индивидуальном туризме) [10].

В нашей стране в государственном регулировании социального туризма обозначен акцент на социальной политике, что считается наиболее эффективным. На федеральном уровне проект закона «О социальном туризме» был отклонен (1999 г.), но в некоторых регионах России осуществляются собственные программы развития социального туризма, например, Закон Санкт-Петербурга от 9 июля 2003 г. № 409-52 «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-

Петербурге»; программы «Развитие социального туризма в Республике Башкортостан» (2012 г.); «Социальный туризм» в Астраханской области и др. Также можно привести положительный опыт организации отдыха для социальных категорий населения в Москве, Ростовской, Тюменской областях, Хабаровском крае и некоторых других регионах [2].

Социальный туризм развивается и на ведомственном уровне. Например, Министерство внутренних дел Российской Федерации организует за счет бюджетных средств туристские поездки и оздоровительные туры своим сотрудникам. Молодежный туризм поддерживается в рамках молодежной политики. К примеру, Федеральным агентством по делам молодежи разработан план работ по развитию молодежного туризма в регионах. Однако практика показывает, что в рамках целевых программ молодежный туризм в регионах если и поддерживается, то на уровне инициатив.

Таким образом, характеризуя условия и факторы (в европейских странах и российских регионах), взаимосвязанные с туристскими поездками для социальных категорий населения, недостаточно эмпирических исследований, анализа их мотиваций. Необходима также оценка связей с территорией, а именно туристскими объектами, дестинациями, туристскими центрами.

Исследование молодежного туризма в научных работах ряда авторов (А. В. Каменец [4], Ю. А. Колесова [5], Т. М. Тезиев, С. Ч. Савхалова [9], Т. А. Юдина, М. Н. Балаян [10] и др.) характеризует вовлечение молодежи в туристскую деятельность, что подтверждается эмпирическими данными по регионам. Для молодежных групп туристская деятельность как социокультурное явление обеспечивается непосредственными их контактами с культурно-историческими, природными, археологическими объектами. К тому же участие в туристских поездках, экскурсиях позволяет молодежи быть сопричастными с мировыми культурными и социальными процес-

сами, которые отражаются в достопримечательностях, памятниках и разнообразных экскурсионных объектах.

При исследовании молодежного туризма важно изучение культурно-просветительных аспектов, которые позволяют:

- повышать воспитательный, образовательный и культурный уровень молодежи;
- эффективно использовать потенциал исторического и культурного наследия [7].

Следует подчеркнуть, что изменения под влиянием трансформаций общественного, экономического и культурного факторов отражаются на интересах и предпочтениях молодежной группы, в частности, направленных на повышение образования, получение нового знания, занятие иностранными языками и спортом. Все это вызывает интерес к образовательным, познавательным и спортивным турам [1]. Именно соответствующие туристские предложения и их территориальная близость в сопоставлении с запросами молодежи делают их для студенческой молодежи предпочтительными и доступными. Поэтому, рассматривая молодежный туризм как фактор внутреннего туризма, необходимо учитывать региональные особенности, в частности, наличие туристских объектов, их доступность и развитость инфраструктуры. Несмотря на различие в нашей стране региональных особенностей, важно выявлять мотивацию молодежной группы, формирующую основную цель путешествия. Цель исследования социального туризма для молодежной группы – выявить их основные предпочтения и тенденции.

Методология и методы

В ходе исследования научных публикаций зарубежных и российских авторов было выявлено, что на развитие туризма для социальных групп населения влияют различные факторы, в том числе политический. Качественные и количественные показатели характеризуют доступность, туристскую активность, туристские цели, предпочтения. Такие показатели подтверждены в социологическом исследовании

(анкетирование среди студентов вузов и колледжей). Статистические методы использовались для обработки полученных данных, например, метод группировки – для выделения главных и дополнительных целей путешествия, а метод средневзвешенной арифметической – для оценки качества социального отдыха, а также соотношения качества и цены.

По результатам исследования социального туризма в молодежном сегменте среди студентов вузов зарегистрирована база данных¹.

Молодежный туризм как элемент социального туризма основан на следующих положениях:

1) часть туристской социально-экономической системы функционирует под влиянием внешней и внутренней среды [2]. При этом факторы внешней среды (экономические, политические, природные, социально-культурные, научно-технические) носят форс-мажорный характер, что обуславливает динамичность и изменчивость системы. Следовательно, требуются их координация и регулирование через определенные инструменты и механизм;

2) для части социального туризма характерны общие социально-экономические черты и такие элементы, как цели, субъект социального туризма. При этом первой особенностью социального туризма являются источники финансовой помощи, а второй – выделение четких критериев отнесения социальных групп населения к определенной группе, например, по возрасту.

Целевая направленность социального туризма – это предоставление своим гражданам реальных возможностей и доступности отдыха и путешествий, что является следствием основных прав и свободы чело-

¹ См.: Результаты исследования социального туризма в молодежном сегменте среди студентов вузов Алтайского края, 2017 г.: RU 2018621395 / Л. И. Донскова, А. Г. Редькин; правообладатель Алтайский государственный университет. – № 2018621102; заявл. 26.07.2018; опубл. 29.08.2018.

века и гражданина, важных для сферы туризма. Это возможно за счет разработки нормативной системы социального туризма, в частности, Конституцией Российской Федерации.

К участникам социального туризма (используется понятие «субъект социального туризма») относятся социальные группы населения, к примеру, учащиеся, студенты, инвалиды, пенсионеры, многодетные семьи и др.

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года дано определение понятия «молодежный туризм» – это туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет. Это положение сужает официальные рамки данной категории населения [11].

Опыт показывает, что социальный туризм – это преимущественно организованные поездки внутри страны с культурно-познавательной, рекреационной, восстановительной и оздоровительной целью. В организационном плане на практике используются следующие формы и инструменты: льготы на путевки в дома отдыха, санатории, пансионаты, льготные билеты на транспорт и др.

Результаты исследования

Как показывает опыт эмпирических исследований социального туризма (2018–2020 гг.), в частности, положительные примеры, в нашей стране остается много противоречий. К примеру, туристские и культурно-познавательные услуги актуальны для различных социальных групп, но возможности их потребления ограничены, в первую очередь низкими доходами. При этом отмечается отсутствие потребности, предложения или даже оплачиваемого отпуска. Второй по важности сдерживающий фактор – это неинформируемость населения о льготных туристских путевках. Как было подтверждено, многие люди даже не слышали, что имеют полное право воспользоваться данным видом туризма. К тому же в случае предложения им путевки от организации некоторые из них не

имеют возможности оплатить часть ее стоимости. Данная тенденция имеет распространение на всей территории нашей страны.

Приведем опыт эмпирических исследований среди студенческой молодежи в российских регионах. Результаты опроса молодежной группы в Кировской области показали интерес у них к изучению туристско-рекреационного потенциала и предпочтения активных видов отдыха [5]. Результаты опроса молодежи в Краснодарском крае можно разделить по важности мотива путешествий: на первом месте – отдых, оздоровление, занятия спортом; на втором – общение и знакомство с новыми людьми [10].

Результаты исследования молодежного туризма показывают связь с факторами приграничных территорий, что расширяет туристский обмен между странами. Например, на Дальнем Востоке больше молодежи проявляют интерес к китайскому языку как в профессиональном плане, так и в личном, а также к истории, культуре и философии Китая [8]. Это является своего рода стимулом изучения другой страны, ее языка, кулинарных особенностей, т. е. развития туризма с познавательными целями. Туристский обмен в приграничной территории решает, кроме основной задачи, дополнительную – изменение стереотипного восприятия туристских регионов между соседними странами.

Для более глубокого анализа молодежного туризма был проведен социологический опрос (861 человек) среди студентов университетов (87%), колледжей и академий (13%). В опросе участвовали девушки и юноши до 22 лет, при этом 78% опрошенных составляли российские студенты, 14% – иностранные, которые учатся в основном на бакалавриате и в магистратуре.

В анкете предлагалось ответить на вопросы, которые были разделены на несколько блоков. Блок 1 включал вопросы, которые касались информации об отдыхе по социальным путевкам, частоте, продолжительности, компенсации стоимости,

цели путешествия (в последней поездке). В блоке 2 вопросы касались выбора и оценки услуг размещения, уровня удовлетворенности социальным отдыхом (по шкале от 5 до 1: 5 – очень удовлетворен, ..., 1 – совсем не удовлетворен), а также оценки соотношения цены и качества социального отдыха. В блоке 3 были вопросы относительно выбора посещения туристских центров и мероприятий (уже посещали и хотели бы посетить в будущем), а также планов поездки в ближайшее время. Блок 4 касался информации о перспективных туристских направлениях, в частности, вариантов предпочтений посещения туристских мероприятий, актуальности работы гидов и др. В последнем блоке приведена паспортная карточка каждого респондента. Расчеты проводились в системе Excell.

Результаты расчетов показали, что отдыхали по социальной путевке хотя бы один раз в жизни 90% опрошенных, при этом путешествие было организовано группой (с учителем), с частичной или полной компенсацией, а также при прохождении учебных практик, участии в конференциях.

Одна из задач опроса – выявить цель путешествия, которая определяется его основным мотивом. По результатам ответов цели путешествия были сгруппированы по следующим критериям: базовые (целевые) и дополнительные. К базовым целям относятся познавательная, событийная, образовательная, культурно-познавательная, религиозная (34,8–73,9%); к дополнительным – спортивная, рекреационная, оздоровительная, приключенческая, экологическая (4,5–34,7%) (рисунок).



Рис. Структура респондентов по целям путешествий

Подчеркнем, что познавательная цель отмечается чаще всего (73,9%), следовательно, у молодежи интерес к новому знанию, новой информации является доминирующим. Невысокий рейтинг оздоровительной цели (отдых в лагерях), по нашему мнению, противоречив, так как практически все в школьном возрасте хотя бы раз были в школьных лагерях. Предпочтение путешествовать группой или с друзьями опосредованно проявляется в коммуникациях и общении.

Согласно результатам исследования высокий уровень удовлетворенности в соотношении цены и качества свидетельствует о том, что, с одной стороны, требования к качеству сервиса у молодых людей не завышены, а с другой стороны, можно предположить, что социальный отдых представлен на приемлемом уровне.

В перспективе при планировании путешествия на первом месте по важности у молодежи находится фактор свободного времени. Так, более половины респондентов не планируют отдыхать из-за отсут-

ствия времени или по личным причинам. Отсутствие финансов как причина стоит на третьем месте. Это означает, что не всегда материальный достаток выступает у молодежи решающим фактором при планировании отдыха и путешествий.

В рамках данного исследования выделим наиболее привлекательные туристские объекты и мероприятия, которые отмечены в ходе опроса. Результаты показали, что наибольший интерес молодежи проявляет к таким мероприятиям, как экскурсии, туры выходного дня, зимний тур выходного дня в туркомплекс и др. Причинами такого выбора могут быть, с одной стороны, территориальная доступность туристских объектов, что выгодно использовать в кратковременных поездках, с другой стороны, туристские центры и проводимые мероприятия способны вызвать интерес у молодежи данной территории.

По результатам исследования социального туризма на примере молодежных групп можно выделить вопросы, которые носят дискуссионный характер, но представляют в целом интерес для ряда сторон.

Для молодежной группы главными мотивами в путешествиях являются познавательный и коммуникационный. При этом понятие «познание» подразумевает, с одной стороны, познание новых мест, территорий, городов, знакомство с новыми людьми, а с другой – познание самого себя, что проявляется в спортивных и активных видах туризма. К примеру, появляются возможности испытания себя в преодолении трудностей, формирования выдержки и стойкости характера.

Коммуникационная мотивация состоит в удовлетворении потребности в общении во время туристских поездок группами, при этом для молодежи важны новые знакомства, встреча со старыми друзьями, общение со сверстниками другой культуры, языка. Исследования показали, что на туристскую активность молодежи влияют не социальный статус, уровень дохода, образования, а мотивация, которая определяет цели путешествия.

К этому необходимо дополнить опыт эмпирических исследований внутреннего туррынка в период пандемии. Результаты таковы: желание путешествовать сильнее любых опасений, туристская сфера не изменяется, люди продолжают путешествовать так, как привыкли. При этом если пожилые люди путешествуют значительно реже из-за опасений за свое здоровье (считают большинство опрошенных), то число молодежи среди туристов увеличивается, поскольку они менее подвержены риску тяжело переносить COVID-19, т. е. появляется ярко выраженный сегмент молодежного туризма.

При исследовании молодежного туризма необходимо рассматривать методологический маршрут, в котором учитывать не только социальные и экономические характеристики как часть туристской системы, но и разнообразие отношений в социальных группах во время отдыха и путешествий.

Для представителей бизнеса и поставщиков туристских услуг понимание особенностей предпочтений молодежи поможет разработать туристские продукты, причем акцентируя внимание на социально-культурных составляющих. В будущем молодых путешественников при принятии решений важно рассматривать как следующее поколение туристов. При этом в осуществлении программ социального туризма большая роль отводится деятельности инициатив, образующих инструмент для его реализации.

В рамках молодежной политики между государствами возможна разработка поездок группами с приглашением иностранных студентов. При этом туристские группы разных национальностей становятся объединяющим фактором и средством формирования развивающего туризма в разных регионах России. Вместе с тем это позволит усилить совместную деятельность образовательных организаций (высшего и среднего звена), особенно для иностранных студентов. В этом случае функции координатора будут осуществлять

представители профильных кафедр ведущих региональных университетов.

Выводы

Таким образом, в ходе исследования молодежного туризма было выявлено, что в настоящее время для молодежи актуальны социально ориентированные туристские продукты. Туристские программы включают нравственно-духовные, научно-познавательные и спортивные составляющие. В рамках региональной молодежной политики и целевой региональной программы следует учитывать природные, культурно-исторические факторы, уро-

вень развития региона, его социально-экономические характеристики и территориальные особенности. Требуется решение проблемы обеспечения доступности туристского отдыха для молодежи, совершенствования системы организации социального туризма, особенно по вопросам социальных инициатив. Для этого через систему льгот следует заинтересовать предпринимателей в формировании и реализации социально ориентированных недорогих туров по регионам и России в целом, что расширит внутренний туризм за счет молодежных групп населения.

Список литературы

1. 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.
2. 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.
3. Донскова Л. И., Редькин А. Г., Отто О. В., Макаров А. А., Мягкова Е. В. Молодежный туризм как сегмент социального туризма в российском регионе: теория и практика // Сервис plus. – 2019. – Т. 13. – № 3. – С. 10–20.
4. Каменец А. В. Молодежный социальный туризм как общественная проблема // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-2. – С. 857.
5. Колесова Ю. А. Молодежный туризм как фактор развития внутреннего туризма Кировской области // Общество. Наука. Инновации (НПК-2017) : сборник статей Всероссийской ежегодной научно-практической конференции / Вятский государственный университет. – Киров, 2017. – С. 5347–5352.
6. Кононов А. Ю. Теоретические и практические аспекты молодежного туризма // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2019. – № 3. – С. 36–48.
7. Путир 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.
8. Соколенко Т. В. Молодежный туризм в РФ и КНР: основные предпочтения и тенденции развития // Россия и Китай: новый вектор развития социально-экономического сотрудничества : сборник трудов конференции / Амурский государственный университет. – Благовещенск, 2014. – С. 49–53.
9. 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.
10. 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.

11. Donskova L. I., Barannikov A. L., Redkin A. G. State Regulation of Tourism and Tourism Policy: Foreign and Russian Experience // Государственная служба. – 2022. – Vol. 24. – N 1 (135). – P. 86–92.
12. Jablonska J., Jaremko M., Timčák G. M. Social Tourism, its Clients and Perspectives // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2016. – Vol. 7. – N 3, S. 1. – P. 42–52.
13. Kouřilová J., Kratochvílová I. Social Tourism Support in the Czech Republic // Czech Journal of Tourism. – 2014. – Vol. 3. – N 1. – P. 63–81.
14. Minnaert L. Social Tourism Participation: The Role of Tourism Inexperience and Uncertainty // Tourism Management. – 2014. – Vol. 40. – P. 282–289.

References

1. Artemova E. N., Kozlova V. A. Molodezhnyy segment turistskogo rynka kak obekt marketingovykh issledovaniy [Youth Segment of Tourist Market as Marketing Research Object]. *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and Abroad], 2004, No. 4, pp. 37–49. (In Russ.).
2. Donskova L. I., Redkin A. G., Otto O. V., Bessalova N. N. Podkhody k issledovaniyu sotsialnogo turizma: zarubezhnyy i rossiyskiy opyt [Approaches to Researching Social Tourism: Overseas and Home Experience]. *Nauka Krasnoyarska* [Krasnoyarsk Science], 2018, Vol. 7, No. 4, pp. 100–125. (In Russ.).
3. Donskova L. I., Redkin A. G., Otto O. V., Makarov A. A., Myagkova E. V. Molodezhnyy turizm kak segment sotsialnogo turizma v rossiyskom regione: teoriya i praktika [Youth Tourism as Segment of Social Tourism in Russian Region: Theory and Practice]. *Servis plus* [Service Plus], 2019, Vol. 13, No. 3, pp. 10–20. (In Russ.).
4. Kamenets A. V. Molodezhnyy sotsialnyy turizm kak obshchestvennaya problema [Youth Social Tourism as Public Problem]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Current Problems of Science and Education], 2015, No. 2-2, p. 857. (In Russ.).
5. Kolesova Yu. A. Molodezhnyy turizm kak faktor razvitiya vnutrennego turizma Kirovskoy oblasti [Youth Tourism as a Factor of Internal Tourism in the Kirov Region Development]. *Obshchestvo. Nauka. Innovatsii (NPK-2017): sbornik statey Vserossiyskoy ezhegodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Society. Science. Innovation (NPK-2017): collection of articles of the All-Russian Annual Conference], Vyatskiy State University. Kirov, 2017, pp. 5347–5352. (In Russ.).
6. Kononov A. Yu. Teoreticheskie i prakticheskie aspekty molodezhnogo turizma [Theoretical and Practical Aspects of Youth Tourism]. *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik VGUES* [Territory of New Opportunities. Bulletin of VGUES], 2019, No. 3, pp. 36–48. (In Russ.).
7. Putrik Yu. S. Sotsialnaya politika gosudarstva i ee realizatsiya v oblasti turizma v period 1992–2013 gg. [State Social Policy and its Pursuing in the Field of Travelling in 1992–2013]. *Gosudarstvo i grazhdanskoe obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [State and Civil Society: Politics, Economics and Law], 2013, No. 2, pp. 97–106. (In Russ.).
8. Sokolenko T. V. Molodezhnyy turizm v RF i KNR: osnovnye predpochteniya i tendentsii razvitiya [Youth Tourism in Russia and China: Key Preferences and Trends of Development]. *Rossiya i Kitay: novyy vektor razvitiya sotsialno-ekonomicheskogo sotrudnichestva: sbornik trudov konferentsii* [Russia and China: New Vector of Developing Social and Economic Cooperation: collection of works of the Conference], Amurskiy State University. Blagoveshchensk, 2014, pp. 49–53. (In Russ.).
9. Teziev T. M., Savkhalova S. Ch. Molodezhnyy turizm – faktor zdorovogo obraza zhizni [Youth Tourism as Factor of Healthy Life Style]. *Sistema tsennostey sovremennogo obshchestva. Sektsiya 13: Zdorovyy obraz zhizni kak odno iz usloviy formirovaniya garmonichnoy lichnosti* [System

of Today's Society Values. Section 13: Healthy life style as a condition for harmonious personality development], 2016, No. 47, pp. 118–126. (In Russ.).

10. Yudina T. A., Balanyan M. N. Molodezhnyy turizm kak faktor razvitiya mezhdunarodnogo turizma na territorii Krasnodarskogo kraya [Youth Tourism as Factor of Developing International Tourism in the Krasnodar Area]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Pubic Development], 2015, No. 5, pp. 18–22. (In Russ.).

11. Donskova L. I., Barannikov A. L., Redkin A. G. State Regulation of Tourism and Tourism Policy: Foreign and Russian Experience. *Gosudarstvennaya sluzhba*, 2022, Vol. 24, No. 1 (135), pp. 86–92.

12. Jablonska J., Jaremko M., Timčák G. M. Social Tourism, its Clients and Perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2016, Vol. 7, No. 3, S. 1, pp. 42–52.

13. Kouřilová J., Kratochvílová I. Social Tourism Support in the Czech Republic. *Czech Journal of Tourism*, 2014, Vol. 3, No. 1, pp. 63–81.

14. Minnaert L. Social Tourism Participation: The Role of Tourism Inexperience and Uncertainty. *Tourism Management*, 2014, Vol. 40, pp. 282–289.

Сведения об авторах

Людмила Ивановна Донскова

кандидат экономических наук, доцент
кафедры туризма и гостиничной
деятельности Российского государственного
социального университета.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
государственный социальный университет»,
129226, Москва, ул. Вильгельма Пика,
д. 4, стр. 1.
E-mail: donsokovaL@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-4704-599X

Александр Лукьянович Баранников

кандидат технических наук, доцент, доцент
кафедры менеджмента МУИВ и отделения
«Управление проектами» РАНХиГС.
Адрес: Московский университет имени
С. Ю. Витте, 115432, Москва,
2-й Кожуховский проезд, д. 12, стр. 1;
ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
119571, Москва,
проспект Вернадского, д. 82.
E-mail: iu2004@mail.ru
ORCID: 0000-0001-9761-1382

Михаил Юрьевич Маковецкий

кандидат экономических наук,
декан факультета управления МУИВ.
Адрес: Московский университет имени
С. Ю. Витте, 115432, Москва,
2-й Кожуховский проезд, д. 12, стр. 1.
E-mail: mmakovetsky@muiv.ru

Information about the authors

Ludmila I. Donskova

PhD, Assistant Professor
of the Department
for Tourism and Hotel Activities
of the RSSU.
Address: Russian State Social University,
building 1, 4 Wilhelm Pieck Str.,
Moscow, 129226,
Russian Federation.
E-mail: donsokovaL@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-4704-599X

Alexander L. Barannikov

PhD, Assistant Professor of the Department
for Management Department of the MUIV
and the Project Management Department
of the RANEPa.
Address: Moscow Witte University,
building 1, 12 2nd Kozhukhovsky
Passage, Moscow, 115432, Russian Federation;
The Russian Presidential Academy
of National Economy and Public
Administration, 82 Vernadsky Avenue,
Moscow, 119571, Russian Federation.
E-mail: iu2004@mail.ru
ORCID: 0000-0001-9761-1382

Mikhail U. Makovetsky

PhD, Dean of the Faculty of Management
of the Moscow Witte University.
Address: Moscow Witte University,
building 1, 12 2nd Kozhukhovsky
Passage, Moscow, 115432, Russian Federation.
E-mail: mmakovetsky@muiv.ru