

О необходимости повышения социальной составляющей молодежного туризма в России

В статье рассматриваются основные причины, препятствующие развитию молодежного туризма в России. В России имеет место низкая социальная обеспеченность молодежного туризма. Анализируется зарубежный опыт поддержки и организации молодежного туризма.

Ключевые слова: молодежная политика, молодежный туризм, социальный туризм, хостел, льготные тарифы

Анна Локша

кандидат филол. наук, доцент кафедры маркетинга и коммерции
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Мировые тенденции развития туристских путешествий свидетельствуют об увеличении доли молодежного туризма. В настоящее время молодежный туризм (лица не старше 39 лет) составляет около 50% от общего числа путешествий в мире [1]. Это наиболее динамично развивающийся туристический сектор. Денежные суммы, которые тратит молодежь и студенты, за последние 5 лет увеличились на 40%. Рост молодежного туризма в значительной степени обусловлен социальной политикой, проводимой многими странами с целью поддержки этого вида туризма.

В России процент молодых людей, осуществляющих туристские поездки, не так высок. Количество молодежи, выезжающей с туристскими целями за рубеж, крайне низко по сравнению с развитыми странами. У нас очень мало туристских фирм, специализирующихся на молодежном и студенческом туризме.

Анализ туристских потоков студентов из Приморского края.

Официальных данных по молодежному туризму не публикуется. Поэтому мы произвели собственную оценку туристских потоков студентов для своего региона (Приморского края). Приморский край является далеко не худшим регионом для молодежного туризма. Во-первых, это мощный транспортный узел, из которого существуют авиарейсы во многие страны АТР. Во-вторых, в крае очень высок процент городского населения (77%). В третьих, большинство студентов имеют заграничные паспорта. Последнее связано с тем, что подавляющее большинство молодых людей совершает турпоездки в приграничные города Китая. Стоимость такой поездки на выходные дни лежит в пределах от 2 до 4 тысяч рублей. Это направление массового туризма нами исследовалось отдельно. Результаты исследований можно найти в работах [2-4]. В связи с массовым характером таких поездок мы исключаем это направление из рассмотрения.

С целью исследования туристских потоков из Приморского края был произведен анкетный опрос жителей края (период опроса декабрь 2012 года). Опрос проводился силами студентов. Студенты из различных населенных пунктов Приморского края опрашивали своих родственников и ближайшее окружение. В опросе участвовало 1606 респондентов различных возрастных категорий (жители Владивостока — 68%). В опросе участвовало 438 студентов. Опрос не репрезентативен по отношению ко всему населению Приморского края, но, тем не менее, дает представление об изучаемой проблеме.

Рассмотрим результаты анализа ответов студентов на два вопроса анкеты:

— укажите страны мира (кроме Китая), которые посещали;

— какие крупные города России и мира вы посе-

тили за последние три года.

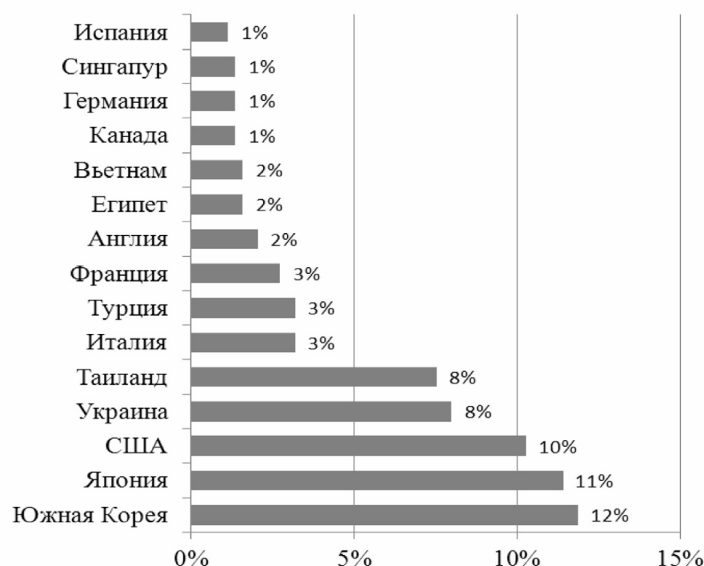
Эти вопросы относятся к категории открытых вопросов. В своем ответе респонденты могли указать любой текст (в данном случае, названия стран и городов). Для обработки таких вопросов была использована специальная компьютерная технология, которая позволяет перевести неструктурированные данные ответов к структурированному виду [5].

Частотные ряды распределения ответов представлены на рис. 1 и 2.

Не выезжали в другие страны (кроме Китая) 55% студентов. В своих ответах студенты приводили названия 56 стран. Из списка указанных стран были выделены страны, которые посетили более 1% студентов (рис. 1). Самыми популярными странами студенты назвали три страны Южная Корея, Япония, США. Первые две страны по географическому положению ближе других стран к Приморскому краю. США большинство студентов посещают с образовательными целями. В список попала Украина. Но мы считаем, что количество молодых людей из Приморского края, посещавших Украину, намного выше. Занижение оценки связано с тем, что дальневосточные студенты не воспринимают Украину и Белоруссию "заграницей" и не всегда указывают эти страны в ответах.

Не выезжали из Приморского края более 30% студентов, то есть не посещали крупные города России и мира. В своих ответах студенты указали 105 городов России и мира (рис. 2). Три города заметно выделяются на фоне остальных городов. По понятным причинам выделяются столичные города Москва (42%) и Санкт-Петербург (18%). Хабаровск посещают как

Рис. 1. Частотный ряд посещения студентами наиболее популярных стран.



ближайший крупный город к Владивостоку (расстояние около 800 км).

Для Приморского края наиболее значимым ограничивающим фактором туристских поездок является величина транспортных расходов. Понятно, что основное бремя расходов на поездки студентов несут родители. В таблице 1 указан порядок цен (нижняя оценка) на авиаперелеты для популярных направлений.

Важно отметить, что стоимость билетов для дальневосточников в Москву последние годы датируется государством. Например, сегодня выгоднее лететь из Владивостока в Новосибирск или Екатеринбург не прямым рейсом, а через Москву. Сегодняшние данные по турпоездкам студентов в большой степени обусловлены снижением авиатарифов на московском направлении.

Если ориентироваться на среднюю зарплату по Приморскому краю (менее 20 тысяч рублей) турпоездки вообще мало кто себе может позволить. В своих исследованиях мы ориентируемся на оценку распределения зарплат родителей студентов. В анкетный опрос был включен вопрос об интервале заработной платы. Распределение зарплат среди обследованных жителей Приморского края в возрастной категории от 36 до 55 лет представлено на рис. 3. Оценки рассчитаны по 620 анкетам.

Эти данные подтверждают, что позволить себе оплату турпоездки может ограниченное количество людей. Свыше 30 тысяч получают 43% опрошенных. Можно заметить, что данная оценка достаточно хорошо согласуется с выборкой студентов. Это объясняется тем, что сбором данных занимались сами студенты, а они в первую очередь опрашивают своих близких и лиц ближайшего окружения.

Необходимо заметить, что данные оценки по туристским поездкам соответствуют благоприятным условиям. Благоприятные условия связаны с введением в 2009 году льгот на авиабилеты для жителей Дальнего Востока. Льготы предоставляются для возрастных категорий до 23 лет и лиц пенсионного возраста. Льготы действуют в период с 1 апреля до 31 октября. Введение льгот увеличило поток молодежного туризма в разы.

Анализ причин сдерживающих молодежный туризм

Рассмотрим основные причины, препятствующие росту студенческого туризма в России.

1. В большинстве случаев оплачивать туристское путешествие студентов должны их родители. Сегодня в России средний уровень заработной платы намного ниже, чем в европейских странах.

2. Студенческую молодежь интересуют самое дешевое обслуживание, и менеджеры российских туристских фирм не хотят тратить свои ресурсы на поиск подходящих условий. Комиссия, получаемая турфирмами от таких туров, очень низкая.

3. Тормозит развитие молодежного туризма в России визовый режим, которым встречает нашу страну большинство европейских государств.

4. Далеко не все российские студенты в достаточной степени владеют английским языком — языком международного общения.

5. Россия очень большая страна, и транспортные расходы на посещение других стран также велики. Учитывая, что молодые люди предпочитают выбирать для своих путешествий страны Европы и Северной Америки то, например, для жителей Сибири и Дальнего Востока такие путешествия требуют значительных транспортных расходов.

6. Многие родители опасаются отпустить своих

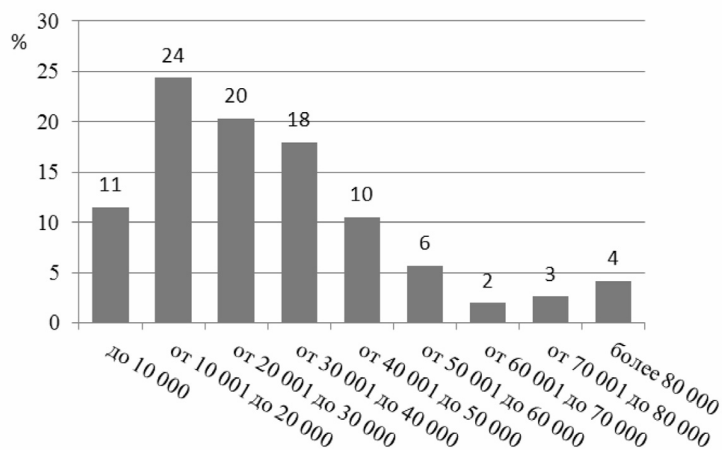
Рис. 2. Частотный ряд посещения студентами наиболее популярных городов мира



Таблица 1. Стоимость авиабилетов из Владивостока по наиболее востребованным туристским направлениям (в одну сторону)

| Направление | Стоимость билетов в тыс. руб. |
|-----------------|-------------------------------|
| Москва | 9,5 |
| Санкт-Петербург | 11,5 |
| Пекин | 6,5 |
| Сеул | 18,5 |
| Токио | 23,5 |
| Бангкок | 22,0 |
| Нью-Йорк | 32,5 |
| Новосибирск | 22,5 |

Рис. 3. Частотный ряд распределения жителей Приморского края в возрастной категории от 36 до 55 лет по заработной плате



детей в незнакомую страну. Молодежь в России не имеет опыта самостоятельной жизни.

7. В России недостаточно внимания уделяется исследованиям потребностей молодых людей в туристских поездках. Молодые люди часто жалуются на то, что им скучно, нечем занять вечерний досуг, нет компании, все дни похожи, нет событий и т.п.

В последние годы молодежный туризм привлекает все большее внимание научной общественности, что подчеркивает значимость и актуальность проблемы молодежного туризма для нашей страны [6 — 10]. Поэтому есть определенные надежды, что в ближайшей перспективе этот вид туризма обратит на себя большее внимание со стороны государственных структур и бизнеса. Молодежный туризм — это важнейший компонент социальной политики.

Опыт и привычка к туристским путешествиям, приобретенные в молодом возрасте, люди сохраняют в течение всей жизни. Поэтому внимание к молодежному сектору является важной и выгодной рыночной стратегией, т. к. потребительская преданность, предпочтение к какой-либо торговой марке, покупательская способность, сложившиеся ранее, влияют на будущие покупательские решения.

Молодежный туризм во всем мире имеет особый статус. Развитие молодежного туризма за рубежом во многом обязано поддержке национальных и международных молодежных организаций.

Международные молодежные туристские организации

В настоящее время в мире функционирует более 300 организаций молодежного туризма, в том числе примерно 30 организаций международного молодежного туризма. Международные организации призваны содействовать развитию молодежного и студенческого туризма, образовательных и культурных обменов, поощрять распространение знаний о других странах и культурах и, тем самым, способствовать укреплению взаимопонимания между народами.

Защитой интересов учащейся молодежи занимается Международная конфедерация студенческого туризма — International Student Travel Confederation (ISTC) [11]. Международная Студенческая Туристская Конфедерация — это мировая сеть студенческого туризма. Представляя интересы студентов и молодежи, конфедерация договаривается от их имени о выгодных услугах организации туристских путешествий для молодежи. Организация поддерживает тесные контакты с Ассоциацией международного студенческого удостоверения (ISIC), обеспечивающей всевозможные льготы для молодежи во время туристских поездок.

Международная Студенческая Туристская Конфедерация объединяет 5 ассоциаций, действующих в сфере обслуживания молодежного и студенческого туризма:

- Студенческая Ассоциация Наземного Транспорта (ISSA) — перевозки;
- Международные Студенческие Идентификационные Карточки (ISIC) — льготные тарифы;
- Студенческая Авиа-Туристская Ассоциация (SATA) — воздушные путешествия;
- Международная Ассоциация Студенческого страхования (IASIS) страхование;
- Международная Ассоциация Образовательных и Обменных Программ (IAEWEP) — программы по обмену.

Во многих странах действуют молодежные и студенческие скидки. Скидки предоставляются по специальным картам: студенческим картам ISIC (International Student Identify Card), молодежным картам IYTC (International Youth Travel Card), молодежным картам EURO<26. Уровень скидок по ним может быть достаточно значительным: 30 — 50% на авиабилеты в любую точку мира; 30 — 50% на железнодорожный транспорт (в Евро-

пе); 10 — 40% на проживание в гостиницах и хостелах; 20 — 100% при посещении музеев, театров, выставок и кинозалов; до 50% на сезонные курорты, спортивные центры, магазины, кафе и рестораны [12].

Члены Международной Студенческой Туристской Конфедерации ежегодно обслуживают более 10 млн. туристов и получают товарооборот около \$ 3 млрд [13].

Совет Европы всемерно поощряет создание ассоциаций молодежи, рабочих групп, выдвигаемых ими инициатив, а также стимулирует международное сотрудничество между молодежными организациями. Главная цель Совета Европы в области работы с молодежью заключается в разработке единой Европейской политики, направленной на участие молодежи в общественной жизни, развитие чувства гражданственности, предоставление возможностей получения образования и рабочих мест.

Для обеспечения образовательной и технической поддержки по подготовке и проведению программ для молодежи создан Европейский центр молодежи (European Youth Centre). В рамках своей деятельности Европейский центр молодежи выполняет большую просветительскую работу популяризации молодежного туризма и содействует его развитию:

- организует различные тренировочные курсы для молодых людей, активно работающих в молодежных организациях и объединениях, на которых рассматриваются вопросы деятельности европейского молодежного движения, международного сотрудничества, культурного образования и методов работы с молодежью в целом, с особым упором на обучение в области культурного наследия. В центре внимания находятся также вопросы соблюдения прав человека, подготовки лидеров молодежного движения, а также обучения молодежи в целях ее участия в делах гражданского общества;

- ежегодно проводит около 40 однонедельных международных семинаров, которые посещают члены молодежных организаций и эксперты для обсуждения широкого круга вопросов;

- в рамках консультативных встреч и симпозиумов организуется встречи людей, активно участвующих в сфере молодежной политики. На них проходит обмен мнениями по избранным темам в целях обогащения и расширения различных аспектов будущей молодежной политики в Европе.

Способствует развитию социального туризма в международном масштабе и Бюро социального туризма (Bureau International du Tourisme Social -BITS). Штаб — квартира BITS находится в Париже. Организация координирует деятельность своих членов и информирует их по всем вопросам, связанным с областью социального туризма, в том числе его культурно-образовательными аспектами и социально-экономическими последствиями. Практическая деятельность BITS проводится главным образом в специализированных комитетах и заключается в изучении экономических, социальных и культурных аспектов социального туризма, а также молодежного туризма и туризма пожилых людей; изучении вопросов, связанных с сезонностью туризма, с развитием массовых доступных форм размещения (кемпинг, лагеря и др.). В рамках и под эгидой BITS регулярно проводятся конференции и семинары.

Международная социальная поддержка транспортного обслуживания молодежного туризма

Как правило, большую часть расходов в туристской поездке составляют транспортные расходы. Члены Международной Студенческой Туристской Конфедерации работают в тесном взаимодействии с транспортными компаниями для представления и внедрения на рынок специального студенческого туристского продукта. Они помогают развивать и регулировать сеть специальных студенческих проездных и оценивать обратную потребительскую связь.

Для молодежи предоставляется возможность приобрести

международные студенческие и молодежные карты ISIC и G025, которые дают широкие возможности совершения путешествий во многих регионах мира. International Student Identity Card (ISIC) — удостоверение международной студенческой организации. Аналогичные удостоверения выдаются не только студентам, но и молодежи до 25 лет — International Youth Travel Card (GO 25), а также учителям (сопровождающим группы учащихся в туристских поездках) — International Teacher Identity Card (ITIC) [12].

Со дня основания Ассоциации более 30 миллионов студентов во всем мире становились в разное время счастливыми обладателями ISIC. Карта доказала свою жизнеспособность огромной популярностью среди учащейся молодежи. Еще совсем недавно приобрести карту ISIC можно было только за границей (около 100 стран, 17000 скидок), сегодня это можно сделать и на территории России.

Большой популярностью у молодежи европейских стран пользуются автобусные маршруты. Существует сеть автобусных маршрутов Евролайнс (Eurolines), которая соединяет 30 крупнейших и красивейших городов Европы. Из каждого города автобусы отправляются ежедневно, из крупных городов — до 5 раз в день (более 500 маршрутов). Автобусное путешествие отличается комфортностью и дешевизной. Компания Евролайнс использует современные автобусы с кондиционером, раскладывающимися сиденьями, широкими зеркальными панорамными окнами, удобными для фотографирования. Автобусы снабжены туалетными комнатами.

На автобусных маршрутах действуют универсальные проездные билеты Pass со значительными скидками для молодежи до 26 лет и пожилых путешественников, которые позволяют сэкономить существенную сумму денег. Проездной билет действует в течение 30 или 60 дней. В течение этого времени обеспечивается полная свобода переездов между 30 городами в любом направлении (500 маршрутов).

Молодые люди могут воспользоваться уникальной системой автобусных путешествий по всему миру "Кон-Тики", которая создана специально для молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет. Главным достоинством программ "Кон-Тики" является возможность посещения недоступных обычным туристам мест, большой выбор маршрутов по Европе, Америке, Африке и Австралии продолжительностью от 3 до 50 дней. Программа работает по формуле "все включено" (all inclusive). Важным является то, что путешествие осуществляется в обществе ровесников и единомышленников — молодых людей со всего света. Стоимость всех маршрутов включает: проживание, все переезды (паромные переправы в том числе), завтраки и ужины, обзорные экскурсии во всех посещаемых городах. Все группы сопровождает профессиональный гид-менеджер.

Особенным разнообразием льготных тарифов отличаются Европейские железные дороги. Здесь разработана целая система льгот, предполагающая применение скидок: при путешествии в международном сообщении между 30 странами Европы (система скидок Inter Rail); при поездке в скоростных и суперскоростных экспрессах по территории европейских государств (Euronight); при путешествии по Европе группой в количестве 2 человек и более (Euroilpass); при поездках по территории одной страны, входящей в сферу InterRail (Freedom Pass).

Самый популярный в Европе является универсальный проездной InterRail Global Pass, который действует на территории всей Европы. Стоимость проездного билета этой категории приведена в табл. 2.

Таблица 2. Стоимость InterRail Global Pass (вагон второго класса, евро)

| Срок действия | Взрослый (26-60 лет) | Молодежный (12-25 лет) | Детский (4-11 лет) | Пенсионный (60+ лет) |
|---------------------------|----------------------|------------------------|--------------------|----------------------|
| 5 дней в течении 10 дней | 276 | 181 | 138 | 249 |
| 10 дней в течении 22 дней | 393 | 265 | 197 | 354 |
| 15 дней | 435 | 307 | 218 | 392 |
| 22 дня | 509 | 339 | 255 | 459 |
| 1 месяц | 658 | 435 | 329 | 593 |

Но, в отдельных странах Европы, могут быть еще более выгодные собственные тарифы InterRail One Country Pass, действующие только в пределах одной страны.

Льготные проездные широко практикуются на железных дорогах Южной Кореи и Японии [14].

При трансконтинентальных маршрутах авиaperелет практически не имеет альтернативы для туризма. Однако скорость перелета и комфорт стоят дорого и многим студентам недоступны.

Подавляющее большинство западных авиакомпаний предоставляет студентам и молодежи специальные льготные тарифы на международные и внутренние авиарейсы. Важно, что сами авиакомпании не имеют права продавать билеты по таким тарифам — это прерогатива молодежных и студенческих ассоциаций и их агентств.

Международные сети социальных гостиниц по обслуживанию молодежного туризма

Снижению стоимости путешествий способствует размещение молодых людей в хостелах или молодежных общежитиях (hostel — в переводе с английского — общежитие). Сегодня хостел — это тип молодежной гостиницы. Это самое дешевое средство для ночевки на чистой постели с завтраком и горячим душем. Как правило, в хостелах есть общие зоны отдыха, прачечная и т.п. [15].

Гостиницы эконом-класса типа хостелов занимают свою нишу в мировом гостиничном бизнесе. Сегодня в мире насчитывается около 4,5 тысяч хостелов в почти 60 странах мира.

Хостелы имеют клубную систему и предварительное бронирование. В номера в хостелах размещают от 2 до 30 человек. При этом самыми распространенными являются номера на 4, 8 и 10 человек. Их разбирают быстрее всего. В хостелах есть все, что необходимо: кухня, где можно самостоятельно готовить еду, купленную в магазине, телевизионные залы, а, главное, компьютеры с доступом в Интернет. Стоимость хостелов колеблется в пределах \$15 — 40 за ночь. Хостел отличается своей чистотой и даже более строгими правилами проживания, нежели пятизвездочные отели.

Больше всего хостелов в странах Европы. Очень популярны хостелы в США, Австралии и Новой Зеландии, где на них приходится до 15% всего гостиничного фонда. Популярность хостелов связана не только с низкими ценами, но и возможностью путешествовать компаниями и найти среди соседей друзей из других городов и стран.

Первый хостел в России Saint Petersburg International Hostel открылся в Санкт-Петербурге. В Москве первые хостелы открылись гораздо позже. Массово хостелы в России стали открываться только в последние два года. В настоящее время в Москве насчитывается около 50 хостелов, в Санкт-Петербурге — около 70.

В Санкт-Петербурге хостелы чаще всего находятся в помещениях в центре города, бывших ранее коммунальными квартирами, поэтому одновременно в них проживают от 15 до 30

человек. Важный для него параметр — выгодное расположение рядом с основными достопримечательностями. В Москве некоторые мини-гостиницы позиционируют себя не как хостел, а как общежитие. Это, как правило, переоборудованные и отремонтированные ведомственные общежития, которые предоставляют ночлег для приезжих за небольшие деньги. Кроме столичных городов, хостелы открыты еще в 18 городах России. Есть они в Великом Новгороде, Сочи, Суздале, Екатеринбурге, Иркутске, Улан-Удэ. В большинстве своем наши хостелы — это обычные арендуемые квартиры [16].

Роль социальных компьютерных сетей в развитии самостоятельного международного молодежного туризма.

Современная молодежь и студенты являются авангардом будущего мирового сообщества — это информированные, знающие и очень заинтересованные в различных видах туризма люди. В настоящее время многие молодые люди осуществляют самостоятельные (в одиночку или небольшими группами) путешествия по всему миру. Планирование поездки, приобретение билетов и бронирование мест для проживания они осуществляют с помощью Интернета. При этом для проживания молодые люди используют не только малобюджетные гостиницы, но и проживание в семьях.

В этой связи очень показателен пример Южной Кореи, где для увеличения притока туристов невысокого достатка, власти Кореи в 2012 году предложили новую программу "KoreaStay", суть которой в следующем: теперь турист может остановиться не в гостинице, а в обычной корейской семье, которая предложит ему проживание и завтрак. Так у путешественников появилась уникальная возможность познакомиться с жизнью Кореи изнутри. Все семьи, принимающие туристов, проходят тщательный отбор на конкурсной основе по большому количеству показателей. Все переговоры по подбору семьи осуществляются по переписке в Интернет [17].

Социальные сети объединяют сообщества самостоятельных туристов со всего мира. Так родилось движение коучсерферов. Коучсерфинг (англ. поиск дивана) — вид путешествий, когда путешественники живут в другом городе или стране у незнакомого человека без платы за ночлег, либо они принимают у себя таких же туристов. Цель коучсерфинг-клубов в соединении людей, хозяев, гостей, путешественников и местных жителей.

Один из первых крупных сайтов, посвященных коучсерферам (HospitalityClub.org) был основан студентом Файтом Кюе (Veit Kuehne) в 2000 г. В настоящее время клуб объединяет около полумиллиона участников из более чем 200 различных стран. Сейчас в сети Интернет кроме HospitalityClub.org присутствует уже не одно сообщество коучсерферов (Couchsurfing.org, GlobalFreeLoaders.com, Place2stay.net). Члены клубов обязательно должны принимать у себя гостей, но они должны всемерно способствовать комфортному пребыванию в вашем городе, оказывать посильную помощь по размещению или встрече гостей. Иным коучсерферам достаточно общения с местными жителями при самостоятельном туризме. Это, как правило, очень открытые и доброжелательные люди. Однако, клубы, хотя и стремятся обезопасить своих членов во время путешествия, собирая отзывы и информацию о членах клуба, все-таки никаких гарантий путешественнику не дают, как, например, программа хомстэй в Южной Корее.

Еще одним движением среди молодежного самостоятельного туризма является бэкпэкер — (от английского backpack — "рюкзак"). Этот термин, обозначает путешествие, совершаемое туристом (бэкпэкером) за небольшие деньги, чаще всего принципиально отказывающимся от услуг туроператоров. Все свои путешествия бэкпэкер планирует и осуществляет самостоятельно: перемещается на всех видах общественного транспорта (автобусы, поезда, самолеты). Бэкпэеры используют все

возможности, предоставляемые пассажироперевозчиками: распродажи и специальные акции, бонусные мили, лоукосты, автостопо.

В пути бэкпэкер ночует не только в гостиницах, но и в хостелах, кемпингах, гестхаусах, а также в домах местных жителей. Питается обычно там же, где и местные жители, — в простых столовых и недорогих ресторанах, а также у самих местных жителей. Бэкпэеры тоже пользуются услугами сайтов коучсерферов. Бэкпэеры осуществляют более длительные путешествия. Средняя поездка бэкпэкера длится 63 дня, а каждый десятый молодой путешественник покидает дом больше чем на полгода. В некотором смысле, движение бэкпэкеров — это школа выживания и не каждому под силу.

Заключение

В нашей стране недостаточно уделяется внимания молодежной политике и организации досуга и отдыха молодежи. Это является одной из причин роста преступности, который наметился в последние годы.

Современная жизнь молодежи проходит под знаком глобальных перемен, ломки старых ценностей и расслоения общества. Однако, методы организационной работы с молодежью часто основаны на устаревших схемах и стереотипах. Поэтому необходимо постоянное изучение приоритетов и жизненных установок молодежи [18].

Молодежный туризм относится к категории социального, и более активно развивается лишь при наличии государственной поддержки. Молодежный туризм требует к себе более пристального внимания в связи с тем, что уровень доходов этой категории населения в действительности не создает благоприятных условий для путешествий и отдыха.

Организация молодежного туризма способствует воспитанию молодого поколения, приверженного к здоровому образу жизни, способствует нравственному и патриотическому воспитанию. "Если молодой человек выбирает туризм, значит, он говорит "нет" наркотикам, алкоголю, пассивному образу жизни" (наиболее часто встречающийся ответ студентов по поводу туризма).

Огромный вклад молодежного туризма в образование молодых людей. Около 70% молодых людей путешествуют с четкими очерченными целями: для изучения иностранного языка или вообще для обучения за рубежом, в рамках волонтерских программ и т.п.

Рынок студенческого туризма имеет огромный потенциал в железнодорожном, автобусном, морском, автомобильном и городском транспорте. Необходимо использовать опыт взаимодействия молодежных туристских организаций с пассажироперевозчиками.

В настоящее время в России необходимо наладить постоянное сотрудничество с международными туристскими организациями, работающими с молодежью и всемерно способствовать въездному молодежному туризму [19].

Законодательные органы должны потрудиться над созданием нормативно-правовой базы для развития молодежного туризма в России.

Литература

1. Российский союз туристской индустрии (РСТ) [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rstnw.ru/rst-r.html> (дата обращения 1.08.2013).
2. Мартышенко Н.С. Исследование структуры потребления туристских услуг по турам Владивосток — Китай // Практический маркетинг. — 2010. — №5(159). — С. 24-32.
3. Мартышенко Н.С., Ильин А. Е. Жители Приморского края выбирают Китай. Эволюция рынка туристских услуг выездно-

го туризма из Приморского края в Китай // Российское предпринимательство. — 2011. — №2. — С. 153-159.

4. Мартышенко Н.С., Ильин А. Е. Методические подходы к оценке структуры потребления услуг в туристских поездках из Приморского края в Китай // Вестник национальной академии туризма — 2011. — №1 — С. 34-37.

5. Мартышенко Н.С. Компьютерная технология обработки качественных данных опросов потребителей туристских услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2011. — №3(93). С. 184-192.

6. Акимова О.В. Образовательный туризм: проблемы и перспективы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2013. — № 2. — С. 77-79.

7. Хошпакянц А.В., Видищева Е.В. Задачи молодежного туризма // European researcher = Европейский исследователь. — 2010. — № 1. — С. 101-103.

8. Бабанчикова О.А. Проблемы и перспективы развития молодежного туризма в контексте государственной молодежной политики // Вестник Национальной академии туризма. — 2009. — № 4. — С. 47-50.

9. Мартышенко Н.С. Проблемы международного молодежного и студенческого туризма в Приморском крае // Новый университет. — 2011. — №10. — С. 21-23.

10. Орехова Е.В. Развитие молодежного туризма в России и за рубежом // Вестник Национальной академии туризма. — 2009. — № 4. — С. 50-52.

11. World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation [Электронный ресурс]. — URL:

http://wysetc.org/?page=about_us (дата обращения 1.08.2013).

12. Студенческие удостоверения и молодежные карты [Электронный ресурс] — URL: <http://youth.travel.ru/cards/> (дата обращения 1.08.2013).

13. Молодежный туризм [Электронный ресурс]. — URL: <http://ref.rushkolnik.ru/v44868/?page=5> (дата обращения 1.08.2013).

14. Мартышенко Н.С., Катриченко Е.Е. Условия и тенденции развития международного туризма в Южной Корее // Практический маркетинг — 2012. — № 12. С. 33-48.

15. Что такое Хостел [Электронный ресурс] — URL: <http://www.travelforlife.ru/p121/13/> (дата обращения 1.08.2013).

16. Мартышенко Н.С., Старкова Г.П. Малый бизнес в сфере гостиничного предпринимательства в Приморском крае // Российское предпринимательство. — 2012. — №24 — С. 243-249.

17. KoreaStay [Электронный ресурс] — URL: http://russian.visitkorea.or.kr/rus/HD/event/rus_20120515/rus.html (дата обращения 1.08.2013).

18. Мартышенко Н.С., Мартышенко С.Н. Современные тенденции изменения структуры времяпрепровождения студентов // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — №1. — С. 112-116.

19. Мартышенко Н.С. Формирование Ивент-стратегии развития въездного туризма в Приморском крае // Event-маркетинг. — 2012. — №3. — С. 178-197.

<http://www.aviacassa.ru/air/view/VVO-OVB/2013-10-01/1ADT/CC-Y/UIID-AF7WE63TLL-318>