

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

«Организация и развитие международного студенческого туризма»

название темы выпускной квалификационной работы полужирным шрифтом

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 2 курса 267 группы
направления 43.04.02 «Туризм»

код и наименование направления

Института истории и международных отношений

Батиной Светланы Ивановны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. Звание

С. Е. Каменева

инициалы, фамилия

подпись, дата

Зав. кафедрой

проф., д.э.н. профессор

должность, уч. степень, уч. Звание

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

подпись, дата

Саратов 2020

Введение. Актуальность исследования заключается в том, что, студенческий туризм как объект практической деятельности и научных изысканий, до сих пор остается мало изученным. В настоящий момент назрела потребность в создании единой теоретико-методологической базы его идентификации, выявлению специфики и места в структуре видов и направлений туризма, определения текущих тенденциях и перспективах развития с целью создания доступного турпродукта, удовлетворяющего потребности студенчества в познании мира и самого себя.

Степень разработанности проблемы. В публикациях вопросы понятийного аппарата, теоретического и методологического характера по проблеме туризма освещаются в работах Биржакова М.Б.¹, Писаревского Е.Л.², Исследованиями истории развития и текущего состояние рынка молодежного туризма были посвящены работы Орлова И.Б.³, Корсаковой С.А.⁴.

Специфики студенческого туризма как социального явления, имеющего определенные характеристики и функции, касаются в своих работах Матвеевская А.С., Погодина В.Л.⁵, Васильченко Е.В.⁶, проблемы текущего состояния и перспективы развития студенческого и молодежного туризма рассмотрены в работах Черевичко Т.В. и Темяковой Т.В.⁷.

¹ Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – 10-е изд., перераб. и доп. – СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. – С. 247.

² Орлов, И.Б. Молодежный выездной туризм в СССР (1958-1970 годы) / И.Б. Орлов // Электронный журнал Вестник МГОУ. – 2013. – № 2. [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/gu/Articles/Doc/331> (дата обращения: 19.02.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

³ Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

⁴ Корсакова, С.А. Молодежный сегмент туристского рынка: особенности и специфика туристского потребления / С.А. Корсакова // Научный вестник МГИИТ, 2019. – № 2 (58). – С. 8-25.

⁵ Матвеевская, А.С. Академический туризм как инструмент формирования международного образовательного пространства [Электронный ресурс] / А.С. Матвеевская, В.Л. Погодина // Труды института бизнес-коммуникаций. – 2017. – Т. 1. – С. 115-127.

⁶ Васильченко, Е.В. Туризм в системе социально-культурного взаимодействия молодежи: автореферат дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06 [Электронный ресурс] / Е.В. Васильченко. - Тюмень, 2013. // Научная электронная библиотека disserCat [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://www.dissercat.com/content/turizm-v-sisteme-sotsialno-kulturnogo-vzaimodeistviya-studencheskoi-molodezhi> (дата обращения: 15.03.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

⁷ Темякова, Т. В. Студенческий туризм в России: перспективы развития [Электронный ресурс] / Т.В. Темякова, Т.В. Черевичко // «Концепт» [Электронный ресурс]: Научно-методический электронный журнал. – 2016. – Т. 15. – С. 136–140. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86927.htm>. (дата обращения: 15.03.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

Объектом исследования является отечественный и зарубежный туризм, предметом – студенческий сектор российского туризма. Цель данного исследования – изучить организацию и принципы развития международного студенческого туризма. Задачи исследования: изучить понятие и сущность студенческого туризма; провести обзор истории развития и текущего состояния рынка молодежного туризма; определить специфику студенческого туризма в России и за рубежом; провести анализ рынка туристских услуг в молодежном секторе; исследовать особенности экскурсионного, гостиничного и транспортного обслуживания студентов в Европе; провести анализ предложений для молодежного и студенческого туризма; разработать студенческий блиц-тур «Галопом по Европам: пять дней - пять столиц»; определить перспективы развития международного студенческого туризма.

В ходе анализа автор обращался к положениям общих теорий, нормативным, правовым, законодательным актам, прогнозам и аналитическим материалам Федеральных организаций. В ходе исследования применялись такие общенаучные методы, как метод анализа документов и опросный метод – формализованная анкета. В качестве социологического инструментария была разработана анкета для письменного анкетирования.

Научная новизна результатов заключается в комплексном исследовании аспектов теоретико-методологической базы идентификации студенческого туризма: раскрыты особенности формирования понятийного аппарата, уточнено и разграничено определение студенческого и молодежного туризма в контексте социально-демографических характеристик и системы ценностей; выявлена устойчивая тенденция роста молодежного сектора туризма и его влияния на изменение структуры рынка и характера туристского потребления; на основании авторского исследования международного студенческого туризма в постсоветском пространстве (на примере университетов России и Узбекистана), выявившего специфику туристских интересов студенчества этих стран, подтверждается перспективность развития данного направления туризма; специально для студенческой аудитории разработан и экономически

обоснован новый перспективный турпродукт, который может быть востребован как на отечественном рынке туризма.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть широко использованы в других научных изысканиях, в практической деятельности туристских организаций. Основные выводы проведенного исследования были опубликованы.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе раскрывается понятие и сущность студенческого и молодежного туризма, динамика рынка студенческого туризма рассматривается в историческом ракурсе, определяется специфика студенческого туризма. Во второй главе проводится анализ рынка студенческого туризма, рассматриваются особенности европейского опыта оказания туристских и сопутствующих услуг студенческой аудитории, делается обзор предложений студенческих и молодежных турпродуктов. В третьей главе разрабатывается и экономически обосновывается новый туристский маршрут для студентов, определяются перспективы развития студенческого туризма.

Основное содержание работы. Туризм является динамично развивающимся сектором международного рынка туризма и важным социально-значимым фактором гармоничного развития и воспитания молодого поколения, туристы этой возрастной категории вносят более весомый вклад в развитие туристских направлений¹.

Основным объединяющим признаком студенческой аудитории является получение образования. Другим признаком, важным в понимании особенностей организации студенческого туризма, является установленное в большинстве стран мира право на льготы, так же определяемые социально-демографическими характеристиками студента, а не его социальным статусом.

Анализ публикаций показывает, что классификация видов и направлений туризма исследователями и практиками студенческого туризма трактуется

¹ WYSE Travel Confederation and UNWTO announce the release of the Global Report on the Power of Youth Travel. [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://www.wysetc.org/2016/03/wyse-and-unwto-release-global-report-on-the-power-of-youth-travel/> (дата обращения: 19.12.2019) – Загл. с экрана. – Яз. англ.

различно, но большинство рассматривают студенческий туризм в контексте молодежного туризма. Концептуальное определение молодежного туризма формируется в рамках его базовых характеристик (демографических границ, социального статуса и соответствующего ему стиля жизни). Это очень важно для понимания специфики туризма, мотивации путешествия в рамках социальных ценностей данной возрастной группы, но так как трактовка этих характеристик существенно отличается в разных источниках, единого подхода к определению и классификации видов молодежного туризма нет.

Границы молодежного возраста в России расплывчаты, поэтому в эту возрастную категорию попадают люди двух поколений, совершенно не схожих по вкусам, финансовым возможностям и практикам туризма. Такое разночтение возраста молодежного туризма неизбежно приводит к трудностям при статистическом учете туристских потоков и определении круга лиц, имеющих права на льготные тарифы при организации международных путешествий.

Функции молодежного туризма определяются целями туристических поездок и характером туристической деятельности, а достижение целей молодежного туризма осуществляется посредством приобретения социокультурных выгод в форме самореализации и социального взаимодействия¹.

Экономическая значимость и потенциал рынка молодежного туризма высоко оценивают ведущие мировые туристские организации, по статистическим данным² в 2017 году молодые туристы в возрасте от 15 до 29 лет составили 23% аудитории путешествующих, и принесли четвертую часть всей прибыли международного рынка туризма. Динамика роста рынка молодежного практически в два раза превышает общемировые показатели этой отрасли. Активное расширение молодежной части потребительской аудитории

¹ Сущинская М.Д. Сущность и значимость молодежного туризма / М.Д. Сущинская // Детско-юношеский туризм: образовательные технологии: сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции / под ред. д-ра экон. наук, проф. Г.А. Карповой, д-ра экон. наук, доц. С.Ю. Гришина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – С. 188-189.

² Facts and Stats - WYSE Travel Confederation [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (дата обращения: 19.02.2020) – Загл. с экрана. – Яз. англ.

привело к изменению сегментации российского туристского рынка за счет перераспределения спроса на самостоятельный и организованный туризм. Увеличение экономической значимости и потенциал рынка молодежного туризма потребовало принятия специальных мер государственной поддержки, которые нашли свое отражение в программе Стратегии развития туризма.

В современном мире студенческому туризму отводится особая роль: во время путешествия активно взаимодействуют с представителями других культур и наций, приобщаются к новым ценностям, реализуют себя посредством туризма. Международные молодежные контакты способствуют формированию общего мировоззрения и единого социокультурного пространства, которое основано на взаимопонимании и взаимоуважении, и от которого будет зависеть модель социокультурной реальности мирового сообщества в будущем. Как отметила Е.В. Васильченко в исследовании 2013 года «Туризм в системе социально-культурного взаимодействия студенческой молодежи», 80 % молодежи, вернувшись домой после путешествия, становятся более терпимыми к чужой культуре и другим народностям¹.

Современные студенты, родившиеся после 2000 года, относятся к так называемому «поколению Z», которое заметно отличается от предыдущих поколений по стилю жизни и образу мышления, это отражается и в практике туризма: интерес к самостоятельной организации путешествия, увеличение продолжительности и бюджета, получение впечатлений и расширение социальных контактов. Ключевой характеристикой студенческого туризма является доминирование образовательной составляющей, по данным статистики образовательные туры составляют до от 50 до 70% всех студенческих турпоездок². Эта тенденция объясняется тем, что

¹ Васильченко Е.В. Туризм в системе социально-культурного взаимодействия молодежи: автореферат дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06 [Электронный ресурс] / Е.В. Васильченко. - Тюмень, 2013. // Научная электронная библиотека disserCat [Электронный ресурс] : [сайт]. - URL: <https://www.dissercat.com/content/turizm-v-sisteme-sotsialno-kulturnogo-vzaimodeistviya-studencheskoi-molodezhi> (дата обращения: 15.03.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Корсакова С.А. Молодежный сегмент туристского рынка: особенности и специфика потребительского поведения / С.А. Корсакова // Научный вестник МГИИТ. - 2019. - № 2. - С.11-12.

образовательный туризм не только самое популярное, но и самое раннее и традиционное направление студенческого туризма.

Помимо академической активности, по мнению многих исследователей, студенческий туризм включает такие виды деятельности молодежи, как участие в волонтерской деятельности, отдых в профильных лагерях (экологических, военно-патриотических и т.п.), событийных мероприятиях, освоение культурно-исторического пространства и участие в спортивных туристских соревнованиях.

Следует обратить внимание, что из всех направлений студенческого туризма именно спортивный туризм активно развивается в нашей стране. Это обусловлено, в первую очередь, патронажем Федерацией спортивного туризма России (ФСТР) и Русским географическим обществом (РГО). Созданная в нашей стране Ассоциация студенческих турклубов включает более 100 объединений, ее участники получают методическую, административную, грантовую и иную поддержку от ФСТР, содействуют появлению новых туристских клубов, проводят соревнования по туризму среди студентов¹.

Развитие международного студенческого туризма невозможно без поддержки со стороны ведущих туристских ассоциаций и организаций, которые пропагандировали особую ментальность молодых путешественников и их права на гибкие, доступные по цене поездки и связанные с поездками услуги. Выявление интересов и мотиваций для совершения путешествий целевой аудитории туристского рынка позволяет определить основные тенденции в развитии студенческого туризма, а участникам туристской индустрии правильно выстроить свою продуктовую и маркетинговую политику.

Первое глобальное исследование студенческой и молодежной аудитории проводилось в 2001-2004 гг. Это исследование определило, что приоритетом в туризме для респондентов стало изучение других культур, поиск новых

¹ Молодежное подразделение ФСТР [Электронный ресурс] // АСТК - Ассоциация студенческих турклубов [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <http://students.tssr.ru> (дата обращения: 16.03.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

ощущений, повышение уровня знаний. Общая тенденция выражается в желании общения с местными жителями и территориями, чья культура и образ жизни отличается от образа жизни туриста. Туристы поколения Z большее значение придают социальным контактам и впечатлениям, в каждую поездку они щедро вкладывают собственные силы, энергию и финансы.

В рамках изучения международного студенческого туризма мы провели собственное исследование тенденции и перспектив развития международного студенческого туризма в постсоветском пространстве. Был использован опросный метод, в качестве социологического инструментария была разработана анкета для письменного анкетирования, состоящая из трех блоков вопросов (общий взгляд на проблему, изучение потребностей респондентов в организации туризма, паспортчики).

Исследование проводилось параллельно в Ташкентском государственном техническом университете имени И. А. Каримова (Узбекистан) и Саратовском национальном исследовательском государственном университете имени Н. Г. Чернышевского (Россия), в период с мая по июнь 2019 года. Круг респондентов определен механически случайной выборкой из-за доступности. Результаты исследования были опубликованы в статье «Культура туризма в студенческой среде: международный опыт в постсоветском пространстве (на примере студентов вузов России и Узбекистана)»¹.

Результаты исследования показали, что роль туризма в жизни студента респонденты оценивают неоднозначно: две трети опрошенных считают его важной частью студенческой жизни, четверть студентов не придают ему значения. Большинство респондентов считают, что результатом туризма станет не полноценный отдых, а расширение кругозора, обогащение внутреннего мира и возможность повысить свои компетенции. Исследование личного опыта респондентов показало низкую включенность студентов в международный

¹ Батина С.И. Культура туризма в студенческой среде: международный опыт в постсоветском пространстве (на примере студентов вузов России и Узбекистана) / С.И. Батина, С.Е. Каменева // Современное культурно-образовательное пространство гуманитарных и социальных наук [Текст]: Материалы VIII Международной научной конференции (8 апреля 2020 г.) / Под общей ред. Ю.Ю. Андреевой и И.Э. Рахимбаевой.- Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2020. - С. 376-385.

туризм. Не смотря на то, что еще в 1956 году было создано международное удостоверение личности и статуса студента (ISIC), которое дает право на льготы и скидки при совершении путешествий более чем в 100 странах мира, в постсоветском пространстве студенты до сих пор не используют эти возможности.

Большинство респондентов хотели бы иметь возможность путешествовать чаще, но есть ряд объективных причин, которые мешают этому: главные препятствия респонденты видят в нехватке времени и низких доходах. Препятствия для развития этого направления туризма респонденты видят в низком уровне доходов самих студентов, слабой государственной поддержке и визовом барьере

Карта ISIC открывает студентам широкие возможности для туризма в Европейском пространстве. Система льгот поддерживается Всемирной Молодежной Студенческой Образовательной Конфедерации (WYSTC), которая содействует продвижению и развитию возможностей для всех участников индустрии туризма. За прошедшие 70 лет список организаций – участников заметно вырос: более 600 туристских организаций из 120 стран мира объединились, чтобы содействовать продвижению и развитию возможностей для молодежи, студентов и индустрии туризма, которая их обслуживает. Студенческий тариф открывает студентам широкие возможности для туризма в Европейском пространстве. Льготные тарифы для студентов практикуются во всех странах ЕС, но размер скидок варьируется в зависимости от области приложения и страны пребывания¹.

На сегодняшний день большинство национальных ассоциаций хостелов входят в международную федерацию Hostelling International, всего в организации насчитывается более 80 государств-участников, ежегодно в 4.500 хостелах ассоциации осуществляет ночевки до 31 миллиона молодых путешественников. Транспортные услуги Европейских железных дорог

¹ ISIC - твой студенческий пропуск в мир скидок. [Электронный ресурс] // International Student Identity Card (ISIC) [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://isic.ru> (дата обращения: 17.04.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

включают особенно большое разнообразие системы льготных тарифов для студентов, проездные InterRail Global Pass и Euronight позволяют передвигаться без ограничений по 33 странам Европы¹.

Комплексный турпродукт, который сегодня представлен на российском рынке туризма продается либо в виде полностью укомплектованных туров или в виде отдельных услуг транспортных компаний, гостиничных и экскурсионных предприятий. В результате изучения интернет-источников было выяснено, что услуги иностранных транспортных компаний включают гибкую систему скидок и студенческих тарифов, но имеют определенные ограничения: для получения скидки необходимо иметь социальную карту (ITIC, EYCA, IYTC или ISIC), быть не старше 30 лет (для карт EYCA и IYTC), обучаться на очной или очно-заочной форме обучения (для карты ISIC)².

Спектр предложений для молодежного и студенческого туризма достаточно широк, охватывает всю сферу туристских интересов этой группы и предлагает как готовый турпродукт, так и отдельные его составляющие. Самой освоенной оказалась ниша образовательного туризма и волонтерской деятельности, предложения по направлению культурно-познавательного и оздоровительного туризма в меньшей степени учитывают специфические потребности молодежи и студентов и не могут удовлетворить спрос.

Для изменения ситуации на российском рынке студенческого туризма необходима интеграция с ведущими мировыми туристскими ассоциациями и организациями, организация единого студенческого туристского пространства и создание специализированного турпродукта с учетом не только потребностей, но и возможностей молодежи и студентов.

Проектирование нового туристского продукта должно базироваться на изучении особенностей практик туристского потребления потенциальной

¹ Проездные абонементы InterRail на поезда в Европе [Электронный ресурс] // «Poezd-bilet.ru» [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://poezd-bilet.ru/articles/kak-priobresti-interrail-pass-guide/> (дата обращения: 05.04.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Авиабилеты со скидкой студентам [Электронный ресурс] // Авиапоиск® [Электронный ресурс] : [сайт]. – URL: <https://aviapoisik.ru/help/aviabilety-so-skidkoi-studentam> (дата обращения: 15.04.2020) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

аудитории, специфике мотивов путешествия студентов, предпочтений и возможных препятствий в его потреблении.

В рамках исследования был разработан тур, предназначен для студенческой аудитории, физически сильной и активной молодежи, которые любят путешествовать «налегке». Он имеет уникальную особенность – совмещает ночевки и перемещения между пунктами назначения, таким образом, участники экономят время на регистрации и выписки в гостиничных предприятиях. Тщательный подбор рейсов поездов позволяет посещать за один день более одной страны.

Выбор поезда, как средства перемещения, существенно отличается от другого транспорта (автомобиля, автобуса) тем, что позволяет полноценно отдохнуть в дороге и набраться сил после насыщенной экскурсионной программы. Комплектация ночных поездов дает возможность удовлетворять потребность не только в отдыхе, но и в питании и гигиене.

Проездной абонемент имеет несомненные преимущества, по сравнению с обычным билетом – он действителен в течение 5 дней, но использовать его можно в любые пять дней в течение всего календарного месяца. Абонемент не привязан к определенному поезду, и не стесняет свободу путешественников, которые могут самостоятельно менять время отправления, тем самым нивелируется одно из основных качеств услуг – несохраняемость.

Выбранные экскурсионные услуги различны по своим направлениям, но хорошо сочетают в себе различные типы активности и раскрывают туристский потенциал стран Европы. Все экскурсионные услуги бронируются без предварительной оплаты и, при некоторых обстоятельствах (изменение погодных условий или сроков маршрута) могут быть отменены.

Поезд – наиболее демократичный вида транспорта в Европе, которым с удовольствием пользуются студенты всего мира, что дает возможность российским путешественникам пообщаться со своими иностранными сверстниками, завести новые знакомства, лучше понять чужую социальную культуру и научиться ее уважать.

Долгое время туризму в России не уделялось должного внимания, но в последние несколько лет ситуация в корне поменялась: была утверждена Концепция Стратегии развития туризма в РФ¹, одобрен законопроект внесения изменений в НК РФ, согласно которому организации вправе включить стоимость туристических поездок в заработную плату², создаются гранты на поддержку проектов по реорганизации туристского пространства в глубинке.

Развитие въездного туризма становится приоритетным направлением, во многом этому способствует развитие студенческого туризма - практики студенческого обмена, участие в добровольном процессе создания Европейского пространства высшего образования, развитие международных волонтерских программ.

К сожалению, в настоящий момент развитие туристской отрасли переживает жесткий кризис из-за пандемии коронавируса. Однако следует отметить, что кризисы в мировой экономике случались и ранее, после спада неизменно наступает рост всех показателей, а важной характеристикой международного туризма является его способность к быстрому восстановлению после спада.

Перспективы развития студенческого туризма следует рассматривать в двух временных рамках – до и после кризиса. Пока не будут сняты карантинные ограничения, востребованными будут рекреационные и экологические направления туризма вблизи от дома, самостоятельном исследовании природного пространства в спортивных походах и велопрогулках.

Заключение. В итоге рассмотрения данного вопроса мы выяснили, что туризм является важным фактором самореализации и самовыражения студента, средством познания окружающего мира и самого себя, приобщает к творческой деятельности, инициативности, самостоятельности. Роль туризма как духовно-

¹О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.: Распоряжение правительства России от 20 сентября 2019 г. № 2129-р // СЗ РФ. 2019. № 39.

² О внесении изменений в статьи 223 и 270 части второй налогового кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 23 апреля 2018 г. № 113-ФЗ // СЗ РФ. 2018. № 18. Ст. 1.

нравственного ориентира заключается в формировании ценностей, норм и практик туристских путешествий.

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

– концептуальное определение студенческого туризма формируется в рамках его базовых характеристик, но в науке до сих пор не сложилось единой теоретико-методологической базы его идентификации

– устойчивая тенденция роста экономической значимости и потенциала рынка молодежного туризма отразилась в активной поддержке государства, которое утвердило Стратегию развития туризма, направленную на разработку специальных мер социальной и экономической поддержки этого сектора;

– студенческий туризм характеризуется выбором целенаправленных поездок, стремлением к социальным контактам, большей самостоятельностью, что отражается на динамике рынка турагентских услуг;

– в культуре и практике потребления туристских услуг студентов постсоветского пространства отмечено большое сходство, общие проблемы в сфере международного студенческого туризма выражаются в финансовых, визовых и социальных барьерах;

– международная система студенческих льгот ISIC, доступна российским студентам и дает широкие возможности для организации туризма в Европейском пространстве;

– сегментация молодежного и студенческого сектора туристского рынка неравномерна: наиболее освоены ниши образовательного, спортивного туризма и волонтерства, спектр культурно-познавательного и оздоровительного туризма скуден, в меньшей степени учитывают специфические потребности этой социальной группы и не может удовлетворить спрос

– для изменения ситуации необходима интеграция с ведущими мировыми туристскими ассоциациями, организация единого студенческого туристского пространства и создание специализированного турпродукта с учетом не только потребностей, но и возможностей молодежи и студентов.

В магистерской работе было дано авторское определение понятий «студенческий» и «молодежный» туризм, разработана авторская анкета и проведен опрос студентов России и Узбекистана по теме исследования, выводы представлены на трех научно-практических конференциях и опубликованы в двух научных статьях.

Разработан и экономически обоснован авторский экскурсионный тур «Галопом по Европам: пять дней – пять столиц» специально для студенческой аудитории. Маршрут тура предлагает в сжатые сроки максимально насыщенную программу, раскрывающую национальные особенности истории, культуры и потенциал экскурсионных ресурсов стран Европы для дальнейших поездок. Уникальность тура состоит в совмещении транспортных услуг и размещения, использования преимущества проездного абонеента европейских железных дорог и социального статуса студента, а именно: возможность свободного перемещения по всему европейскому пространству в любое время на любом поезде без предварительной брони; получение скидки на услуги по карте ISIC; снижение туристских рисков в области несохраняемости услуг, что особенно актуально в этой отрасли.

Определены перспективы развития международного студенческого туризма в ракурсе сложившейся ситуации с пандемией коронавируса и последовавшего за ней кризиса. До снятия карантинных ограничений последует снижение общей туристской активности и резкое падение совокупного дохода отрасли. С другой стороны, отсутствие конкуренции даст широкие перспективы роста сектора внутреннего рекреационно-оздоровительного и экологического туризма. Наметившийся рост цен на транспортные и гостиничные услуги и снижение покупательской способности россиян, изменит вектор спроса в сторону бюджетных услуг и самодеятельного туризма. Важной характеристикой индустрии туризма является быстрое восстановление после спада, поэтому после выхода из кризиса, выездной туризм вновь займет свои позиции и в это время вырастет спрос на международное направление, поэтому необходимо заранее обновлять базу турпродуктов для студенческой аудитории.