

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Теория поколений в продвижении туристских услуг (на примере  
Саратовской области)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 5 курса, 541 группы  
направления (специальности) 43.03.02 «Туризм»  
Института истории и международных отношений  
Зубковой Анны Сергеевны

Научный руководитель

Доцент, к. э. н.

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Е. А. Фролова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

Профессор, д. э. н.

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2024 год

## **Введение**

Актуальность темы. Туристская индустрия признана международным сообществом одним из наиболее влиятельных секторов экономики. Развитие данной сферы оказывает стимулирующее воздействие на многие отрасли национального хозяйства. Признав туристскую деятельность высокодоходным и приоритетным направлением для повышения уровня и качества жизни граждан, Правительство Российской Федерации уделяет особое внимание развитию внутреннего и въездного туризма.

В связи с этим в регионах разрабатываются стратегии укрепления конкурентных туристских позиций на рынке, исследуются предпочтения туристов и путешественников для разработки новых продуктов. Предлагая определённому сегменту потребителей продукт или услугу, туристские дестинации создают положительный образ для гостей, повышают свою узнаваемость, вовлекая новых туристов и сохраняя постоянных.

Тема работы является актуальной, поскольку теория поколений играет важную роль в развитии туризма, помогая определить предпочтения и потребности различных поколенческих групп.

Каждое поколение имеет свои определённые ценности и интересы, которые непосредственно влияют на их решения при выборе туристических предложений. Понимание этих различий может помочь компаниям лучше адаптировать свои продукты под нужды разных поколений, что в свою очередь будет способствовать устойчивому развитию туристической индустрии.

В качестве объекта исследования была выбрана Саратовская область, так как регион обладает всеми ресурсами для развития внутреннего и въездного туризма.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы труды следующих авторов: Волоскович Н. А., Воронцова Ю. А., Галенко Е. А., Гурова И. М., Жукова М. А., Зайцева Н. А., Киреева Ю. А., Коновалова Е. Е., Максимова О. А., Пономарёва Е. С., Сарафанов А. А., Макеева С. В., Шамис Е. А.

Целью дипломной работы является исследование возможностей применения теории поколений в продвижении товаров и услуг в сфере туризма, а также разработка рекомендаций по продвижению товаров и услуг в сфере туризма на примере Саратовской области.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучить историю возникновения и основные понятия теории поколений.
2. Рассмотреть особенности потребителей разных поколений в сфере туризма.
3. Исследовать современные технологии продвижения товаров и услуг в сфере туризма для разных категорий потребителей.
4. Провести анализ туристских услуг в Саратовской области для поколений «X», «Y», «Z».
5. Разработать рекомендации по совершенствованию деятельности туристических фирм Саратовской области.

Методы исследования: аналитический, сравнительный.

Работа включает в себя: введение, три главы, заключение, список используемых источников и приложения. Первая глава – «Концептуальные основы и особенности теории поколений в туризме». Вторая глава – «Анализ рынка туристских услуг Саратовской области на основе теории поколений Н. Хоува и в. Штрауса». Третья глава – «Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности туристических фирм»

### **Основное содержание работы**

Классическая теория поколений создана в 1991 году американскими учёными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом. Они одновременно и независимо друг от друга изучали такой популярный социальный феномен, как конфликт поколений и одновременно пришли к одинаковым выводам. Им показалось странным, что модели поведения людей, принадлежащих к одному

поколению, совершенно не похожи на модели поведения представителей поколения другого в пору того же возраста.<sup>1</sup>

Объединившись, исследователи в 1991 году написали книгу «Generations» («Поколения»), в которой им удалось проследить изменения, происходившие в поведении американского социума со времен Колумба. Нейл Хоув и Вильям Штраус научно обосновали, что примерно каждые 20-25 лет появляется новое поколение, ценности и поведение которого отличаются от их предшественников.

Адаптацию теории поколений для России в 2003-2004 году выполнила команда под руководством Евгении Шамис – координатора проекта «Rugenerations — «Теория поколений в России».<sup>2</sup>

Российские учёные в основном рассматривают поколенческие модели, начиная с 1900 года (Хоув и Штраус в своих работах рассматривали период с XVI столетия). Исходя из этого, возникла следующая классификация:

1. Поколение GI (поколение победителей) – 1900-1923 гг.
2. Молчаливое поколение – 1923-1943 гг.
3. Бэби-бумеры – 1943-1963 гг.
4. Поколение X (неизвестное поколение) – 1963-1984 гг.
5. Поколение Y (поколение Миллениум) – 1984-2000 гг.
6. Поколение Z – после 2000 г.

Люди, рожденные на стыке поколений (плюс-минус три года от граничных дат), являются частичными носителями ценностей окружающих групп и образуют так называемые «эхо-поколения» или поколением Альфа. Их задача – служить связующим раствором цивилизации и выступать в роли посредников, «переводчиков».<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Макеева, С.В. О теории поколений. [Электронный ресурс] - [сайт]: URL: <http://ocdod74.ru/wp-content/uploads/2019/05/o-teorii-pokolenij.pdf?ysclid=lic72od9wa482790492> (дата обращения: 01.04.2023). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

<sup>2</sup> Шамис, Е. А. Теория поколений [Электронный ресурс] URL: [www.rugenerations.su/](http://www.rugenerations.su/)

<sup>3</sup> Воронцова, Ю.А. Теоретическая основа теории поколений // Ученые записки Орловского государственного университета. — 2016. – №3(72). – С. 268-273.

Как уже было отмечено, метод теории поколений оказывает благоприятное действие на сферу туризма. Использование этого метода позволяет понять потребности и предпочтения туристов в зависимости от их возраста. Это значительно облегчает разработку и продвижение туристических продуктов, которые соответствуют специфическим требованиям каждой группы. Также знание ценностных ориентаций различных поколений помогает выстраивать маркетинговые стратегии, которые более эффективно привлекают внимание целевой аудитории.

Понимание того, какие виды отдыха предпочтительны для каждого поколения, помогает создавать персонализированные услуги и продукты, удовлетворяя потребности широкого спектра туристов. Такой подход способствует удовлетворению спроса потребителей, а также повышает конкурентоспособность компаний на рынке.

Рассмотрим подробнее особенности разных поколений в сфере туризма. Поскольку поколение победителей и молчаливое поколение не являются на данный момент потребителями туристских услуг, в качестве трудового базиса в е есть смысл рассматривать четыре поколения: беби-бумеров, X, Y, Z и альфа.

#### 1. Беби-бумеры (1943 — 1963)

Это люди старшего возраста, имеющие достаток и время для путешествий. Они заинтересованы в комфортабельных турах, спа-отдыхе, культурных экскурсиях и отелях с высоким качеством обслуживания. Для этой группы важно обеспечить высокий уровень сервиса и возможность культурного обогащения.

#### 2. Поколение X (1963 — 1984)

Это группа активных и энергичных путешественников, которым важны новые и необычные впечатления. Они могут предпочитать авантюрные туры, экотуризм, экспедиции и активный отдых, такой как походы или велосипедные поездки. Для этих людей значимым фактором является возможность погрузиться в местную культуру и аутентичный опыт.

#### 3. Поколение Y – миллениалы (1984 — 2000)

Миллениалы активно пользуются социальными сетями и ориентируются на онлайн-отзывы, рекомендации. Для этой группы важно предлагать уникальные фото опыты, достопримечательности, которыми можно поделиться в социальных сетях, и персонализированные предложения.

#### 4. Поколение Z (2000 — н. в.)

Зумеры ожидают, что все услуги будут доступны онлайн: от бронирования гостиниц до поиска локальных ресторанов. Им важны удобство и скорость. Эта группа также интересуется более экологически чистыми формами туризма.

#### 5. Поколение «Альфа»

Ценят технологичный отдых в современных местах, где уделяется внимание экологичности и энергосбережению. Например, для них подходит концепция «умных» отелей, которая в будущем приобретёт большую популярность. Всё, что управляется с помощью голоса, телефона или различных гаджетов, имеет виртуальную или дополненную реальность - вызовет спрос и восторг у поколения «Альфа».<sup>4</sup>

В сентябре 2019 г. Министерство экономического развития России утвердило «Стратегию развития туризма до 2035 года», которая направлена на развитие внутреннего и въездного туризма в России. Приоритетной целью данной стратегии является создание в России качественного, конкурентоспособного, привлекательного продукта для туристов как внутри страны, так и из-за границы за счет роста инвестиционной активности отрасли и продвижения туристско-рекреационного потенциала на уровне субъектов РФ.<sup>5</sup>

Саратовская область – один из красивейших и интересных для туризма и отдыха регионов на Волге. Выгодное территориальное расположение, мягкий климат, обилие природно-рекреационных и культурно-исторических ресурсов

---

<sup>4</sup> Коновалова, Е.Е. Портрет потребителя гостиничного продукта: взгляд через призму времен // Сервис plus. – 2022. – Т.16. - №2. – С. 129-141.

<sup>5</sup> Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (ред. от 07.02.2022) [Электронный ресурс] URL: <https://www.consultant.ru/>

позволяют развивать в Саратовской области условия для внутреннего и въездного туризма.

В целях осуществления государственной политики по развитию туристского потенциала области была разработана Стратегия развития туризма на территории Саратовской области на период до 2030 года.<sup>6</sup>

В настоящее время в области насчитывается порядка 2500 туристических объектов. Постепенное снятие ограничений, вызванных пандемией в предыдущие два года, повлияло на увеличение туристических потоков в Саратовскую область. За летний сезон 2022 года в регионе отдохнули порядка 700 тысяч туристов, это на 60 тыс. человек больше, чем в 2021 году.

Летом 2023 года Саратовская область попала в десятку регионов России по максимальному приросту внутреннего туристического потока. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года туристический поток вырос ещё на 12%.

7

Целевой аудиторией для области являются индивидуальные туристы в возрасте 25-35 лет, а также туристы с детьми. То есть основные потребители туристских услуг – это поколение «Y» и поколение «Z».

По информации туроператоров Саратовской области сейчас в регионе реализуются более 350 экскурсионных маршрутов, в том числе детские и семейные туры. Популярностью пользуются рекреационный и оздоровительный туризм, активные виды отдыха: водные сплавы, сап-борды, конные прогулки.

Для выявления основных потребностей туристов различных возрастов было проведено исследование, в ходе которого выяснилось, что:

1. Миллениалы чаще путешествуют по рабочим вопросам, чем остальные группы поколений.

---

<sup>6</sup> Постановление Правительства Саратовской области от 11.04.2023 № 320-П «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Саратовской области на период до 2030 года»

<sup>7</sup> Новости Саратова [Электронный ресурс] URL: <https://www.saratovnews.ru/>

2. Поколение «X» проявляет наибольший интерес к обзорным экскурсиям и отдыху на природе. Меньше всего они предпочитают активный отдых, полноценные туры и мероприятия. Для них важна безопасность и впечатления от посещения новых мест.

3. Миллениалы предпочитают активный отдых, обзорные экскурсии и полноценные туры по новым местам. Меньше интереса вызывают интерактивные мероприятия и отдых на природе. Для них важными аспектами отдыха являются: безопасность, комфортное размещение и семейный отдых.

4. Поколение зумеров больше всех отдаёт предпочтение интерактивным мероприятиям. Также им интересны обзорные экскурсии и активный отдых. Полноценные туры и отдых на природе наименее востребованы самым молодым поколением. Для поколения «Z» очень важно комфортное размещение, безопасность и развлечения.

Основными ресурсами, на которых можно получить информацию о внутреннем туризме Саратовской области являются сайт министерства культуры и туристический портал «Огни Поволжья». Рассмотрим какие возможности для туристов на данный момент доступны в регионе.

1. Активный отдых: яхтинг, сёрфинг, каяк-прогулки, sup-прогулки, полёты на воздушном шаре, прогулки верхом, горные лыжи и сноуборд. В основном, потребителями такого туризма являются поколения «Y» и «Z».

2. Туры и экскурсии.

А) Ознакомительные туры по Саратовской области.

Двухдневные и трёхдневные туры от туроператора «Покровск-Тур». Основные потребители такого вида туризма – люди в возрасте от 25 до 60 лет, то есть поколения «X» и «Y».

Б) С элементами интерактива (мастер-классы, экскурсии-квесты, экскурсии в питомники). Такие экскурсии обычно интересны как взрослым, так и детям, поэтому большая часть туристов – это поколения «Z» со своими родителями-миллениалами. К сожалению, полноценных интерактивных туров в Саратовской области пока не существует.



В) Тематические (экскурсии, связанные с космической темой и водной стихией; религиозные экскурсии; детские экскурсии-квесты; экскурсии, приуроченные к определённым праздникам). Этот вид экскурсий можно найти на любой вкус и возраст.

Г) Экологические – поездки, туры, хайкинги. Потребителями таких туров и экскурсий являются миллениалы и взрослые зумеры. Как правило, «иксам» хочется чего-то более спокойного.

Несмотря на то, что Саратовская область имеет все необходимые ресурсы для развития внутреннего туризма, анализ предложений на туристическом рынке позволил выявить несколько основных проблем:

1. Недостаточное количество предложений по проведению активного отдыха для молодёжи в зимнее время года.

2. Нехватка туристических продуктов с элементами интерактива для поколения зумеров. Отсутствие интерактивных туров в Саратовской области.

3. Дефицит туристических продуктов для поколения «X».

4. Небольшое количество тематических мероприятий, которые могли бы привлекать новых туристов в регион.

5. Направленность работы туроператоров на реализацию туров и экскурсий выездного характера.

6. Недостаточное количество средств размещения становится недостаточно, дефицит квалифицированного персонала.

Повышение туристского потенциала возможно за счет:

- уже существующих проектов;
- разработки и внедрения новых туристических продуктов;
- развития глэмпингов;
- внедрения туров на передвижных отелях;
- качественной реставрации старинных зданий;
- усиления информационного позиционирования регионального туристического продукта.

## **Заключение**

Классическая теория поколений создана в 1991 году американскими учёными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом. Адаптацию теории поколений для России в 2003-2004 году выполнила команда под руководством Евгении Шамис.

Классификация поколений и их особенности в сфере туризма:

1. Поколение GI (поколение победителей) – 1900-1923 гг. Не являются потребителями туристских услуг.

2. Молчаливое поколение – 1923-1943 гг. Не являются потребителями туристских услуг.

3. Бэби-бумеры – 1943-1963 гг. Заинтересованы в комфортабельных турах, спа-отдыхе, культурных экскурсиях и отелях с высоким качеством обслуживания

4. Поколение X (неизвестное поколение) – 1963-1984 гг. Активные путешественники, которым важны новые впечатления. Они могут предпочитать авантюрные туры, экотуризм, экспедиции и активный отдых.

5. Поколение Y (поколение Миллениум) – 1984-2000 гг. Для этой группы важно предлагать уникальные фото опыты, достопримечательности, которыми можно поделиться в социальных сетях, и персонализированные предложения.

6. Поколение Z – после 2000 г. Быстро взрослеющее поколение, черпающее абсолютно всю информацию из Интернета. Они ожидают, что все услуги будут доступны онлайн, им важны удобство, скорость и экологичность.

Люди, рожденные на стыке поколений, называются «эхо-поколения» или поколением Альфа.

Деление потребителей по поколениям позволяет компаниям определять предпочтения различных поколенческих групп и адаптировать свои продукты под их нужды.

В Саратовской области есть все условия для развития внутреннего и въездного туризма. С каждым годом туристический поток в летнем сезоне неизменно растёт.

Большая часть туристических предложений направлены на сегмент потребителей в возрасте 20-40 лет, что в целом соответствует целевой аудитории туристов региона.

Активный отдых, экологические и ознакомительные туры с экскурсиями наиболее востребованы у поколения миллениалов. Мероприятия с включением интерактивных элементов вызывают больший интерес у поколения «Z». Тематические предложения подходят всем поколениям.

Анализ предложений на туристическом рынке позволил выявить несколько основных проблем:

1. Недостаточное количество предложений по проведению активного отдыха для молодёжи в зимнее время года.
2. Нехватка туристических продуктов с элементами интерактива для поколения зумеров. Отсутствие интерактивных туров в Саратовской области.
3. Дефицит туристических продуктов для поколения «X».
4. Небольшое количество тематических мероприятий, которые могли бы привлекать новых туристов в регион.
5. Направленность работы туроператоров на реализацию туров и экскурсий выездного характера.
6. Недостаточное количество средств размещения становится недостаточно, дефицит квалифицированного персонала.

Повышение туристского потенциала возможно за счет: уже существующих проектов; разработки и внедрения новых туристических продуктов; развития глэмпингов; внедрения туров на передвижных отелях; качественной реставрации старинных зданий; усиления информационного позиционирования регионального туристического продукта.

## Список используемых источников

### Нормативные документы

1. Постановление Правительства Саратовской области от 11.04.2023 № 320-П «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Саратовской области на период до 2030 года»

### Книги и учебные пособия

2. Воронцова, Ю.А. Теоретическая основа теории поколений // Ученые записки Орловского государственного университета. — 2016. — №3(72). — С. 268-273.

3. Коновалова, Е.Е. Портрет потребителя гостиничного продукта: взгляд через призму времен // Сервис plus. – 2022. – Т.16. - №2. – С. 129-141.

### Электронные ресурсы

4. Макеева, С.В. О теории поколений. [Электронный ресурс] URL: <http://ocdod74.ru/wp-content/uploads/2019/05/o-teorii-pokolenij.pdf?ysclid=lic72od9wa482790492> (дата обращения: 01.04.2023).

5. Новости Саратова [Электронный ресурс] URL: <https://www.saratovnews.ru/>

6. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (ред. от 07.02.2022) [Электронный ресурс] URL: <https://www.consultant.ru/>

7. Шамис, Е. А. Теория поколений [Электронный ресурс] URL: [www.rugenerations.su/](http://www.rugenerations.su/)