

Проблемы и перспективы развития молодёжного туризма в Ярославской области

Каракаш Синди Мариановна,

ГПОУ ЯО Ярославский колледж сервиса и дизайна, г. Ярославль

Туризм - самый динамично развивающийся вид бизнеса во всем мире. В России о приоритетности и перспективности этого направления разговор ведется на самом высоком федеральном уровне, то есть, можно говорить о благоприятных факторах макросреды для его развития.

Огромное значение имеет туризм и для Ярославского региона. «В соответствии со стратегией социально-экономического развития области до 2030 года сфера туризма отнесена к числу приоритетных направлений развития»[4]. Историческое и культурное наследие, природные условия, территориальная приближенность к Москве, разнообразие транспортных путей (автодороги, железная дорога, аэропорт, судоходство)- все это благоприятные факторы микросреды, способствующие развитию туризма в нашей области. Из 11 городов – 4 входят в туристский маршрут «Золотое кольцо» (Ярославль, Углич, Переславль-Залесский, Ростов Великий); 3 - имеют статус исторических поселений федерального значения (Ярославль, Тутаев, Углич). На территории региона сосредоточен 4681 объект культурного наследия, действует 250 музеев. Активно развиваются такие виды туризма, как культурный, познавательный, деловой, событийный, экологический, круизный, рекреационный, сельский, гастрономический, активный отдых на воде.

Особую актуальность в последнее время приобретает развитие студенческого и молодежного туризма. Около 60% процентов путешествующих, в соответствии с общемировой тенденцией, составляют молодые люди в возрасте 20-25 лет. Именно этот сегмент туристского рынка самый быстрорастущий в мире.

На внутреннем российском рынке около 80% всех клиентов составляют детские и молодежные группы. Молодежный и юношеский туризм является важной составляющей в развитии, образовании и воспитании. В Ярославской области для работы с молодежью предлагается:

1. Создать общественные организации по развитию молодежного туризма;
2. Создать туристские клубы в районных центрах региона;
3. Открыть молодежные турбазы;
4. Проводить конференции по проблемам юношеского и молодежного туризма;
5. Открыть новые молодежные маршруты.

Для решения этих задач предполагается комплексный подход с учетом требований целевой аудитории. «Для каждого сегмента разрабатываются индивидуальные предложения. Молодым людям чаще всего интересны квесты, мастер-классы, а также онлайн-проекты. Кроме того, гости из других регионов приезжают, чтобы посетить концерты звезд в клубах» [4].

Для изучения потребностей молодежи, мы провели исследования на базе нашего колледжа, так как студенты ЯКСиД представляют интересующий нас сегмент туристского рынка.

Цель исследования – выяснить, какие формы досуга интересны молодым людям, обучающимся в Ярославском колледже сервиса и дизайна в возрастном диапазоне от 16 до 22 лет.

С помощью электронного сервиса по расчету репрезентативной выборки, где доверительная вероятность - 85% и доверительный интервал 5% из генеральной совокупности 939 человек, мы получили требуемый размер – 170 человек. Для опроса была разработана анкета, собраны и обработаны данные. Результаты получились следующие:

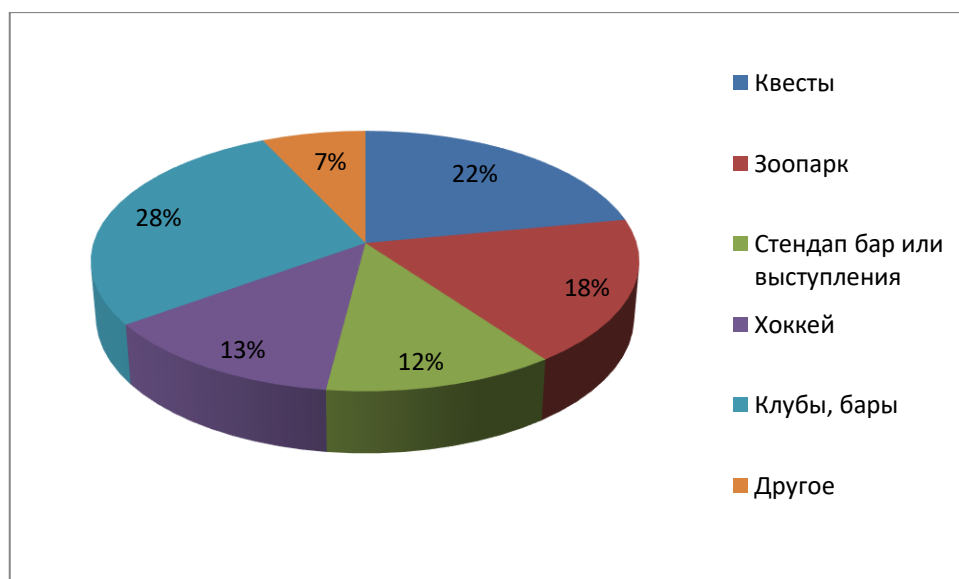


Рисунок - формы досуга, предпочитаемые студентами ЯКСиД, 2022 г.

28% от общего числа опрошенных – наибольшее количество- интересуют ночные клубы и бары, которые предлагают развлекательные программы

22% - разнообразные квесты и интеллектуальные игры, которые постоянно проводятся в нашем городе

18% - с удовольствием проведут время в Ярославском зоопарке

13% - считают лучшим развлечением в нашем городе посещение хоккейного матча

12% - интересуются выступлениями стендаперов

7% , которые попали в группу «другое» назвали посещение различных мероприятий: «День города», «пир на Волге»; посещение выставок, музеев, театров; аквапарка, бильярдные клубы, прогулки по историческому центру города.

Также респондентами было отмечено, что в Ярославле не достаточно интересных для молодежи массовых уличных мероприятий, артпространств, нестандартных тематических маршрутов.

Начиная изучать проблемы молодежного туризма в рамках дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг», мы пришли к следующему выводу:

1. В основу работы по планированию развития молодежного туризма должно быть положено профессиональное и масштабное исследование;

2. Необходимо скорректировать стратегию развития туризма с учетом изменившихся показателей;

3. На постоянной основе должен проводиться мониторинг потребностей, так как состав сегмента и его настроения меняются;

4. Первостепенное внимание стоит обратить на молодежь, которая проживает в регионе. Создать необходимую инфраструктуру для местных жителей, чтобы молодым не хотелось уезжать в Москву или Санкт-Петербург, где больше возможностей не только для учебы и карьерного роста, но и для современного полноценного отдыха;

5. Особое внимание следует уделить группам молодежи с низким уровнем доходов в семье, где наблюдается отсутствие интереса к культурному досугу и распространены вредные привычки;

6. Для определения проблем и перспектив необходимо чёткое формулирование проблем, описание текущей ситуации с использованием SWOT-анализа.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на данный момент не существует внятной современной концепции развития молодежного туризма, не оценена его значимость в воспитании и развитии молодежи, работа ведется с теми, кто интересуется путешествиями сам, без учета меняющихся требований, по стандартным, не всегда актуальным программам.

Список литературы

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник.- Издание 8-е.- СПб., 2018.
Belka&Strelka [Электронный ресурс]: молодежный туризм.- М., 2008-2011.-
URL: <http://b-n-s.ru>
2. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений.- М.: Академия, 2016.
3. Никитина О.А. Исследование процессов функционирования и стратегического развития региональных санаторно-курортных комплексов / О.А. Никитина. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017.
4. static.government.ru Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года от 20 сентября 2019 г.