

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ В РОССИИ

В настоящее время в условиях глобальных кризисных явлений происходит активный поиск точек стратегического роста экономики регионов страны. Туристско-рекреационная деятельность является динамично растущим сектором услуг, в которой возникают новые виды, формы и технологии под влиянием потребительского спроса и научно-технического прогресса, повышением требований к качеству отдыха и профессионального образования. Бизнес-среда в сфере туризма гибко приспосабливается к кризисным явлениям, с минимальными затратами и инвестициями использует цифровые технологии, ориентированные на потребителя. В связи с этим рассматриваемый сектор экономики содержит значительный потенциал роста и положительного влияния на социально-экономическое развитие субъектов страны. Туристско-рекреационным потенциалом обладают многие регионы России, поэтому необходимо учитывать благоприятные геополитические, социально-экономические и технологические факторы для развития и усиления туристской специализации. В статье рассмотрены особенности и стратегические направления развития молодежного туризма. Сравнительно новым видом социально-культурной и экономической деятельности является образовательный туризм, который направлен на реализацию программ для молодежи и студентов, как наиболее активной части населения. Представлен анализ объективных и субъективных факторов формирования программного подхода к развитию образовательного туризма в регионах России. Разработан портрет потребителя образовательных услуг. Существенным ограничением является отсутствие нормативного закрепления данного вида услуг в стратегических документах, не разработаны нормативно-правовые основы его регулирования, хотя объективные предпосылки внедрения в социально-экономическую систему регионов сформировались.

Ключевые слова: *молодежные путешествия, образовательный туризм, потенциал образовательного туризма, спрос, портрет потребителя*

Для цитирования: Оборин М.С. Образовательный туризм как перспективное направление развития молодежных путешествий в России // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №3. С. 86-96. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10306.

Дата поступления в редакцию: 25 августа 2020 г.

Дата утверждения в печать: 19 сентября 2020 г.

Matvey S. OBORIN

*Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University;
Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov (Perm, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615*

EDUCATIONAL TOURISM AS A PROMISING DEVELOPMENT DIRECTION OF YOUTH TRAVEL IN RUSSIA

Abstract. *Currently, in the context of global crisis phenomena, there is an active search for points for strategic growth of the regional economy of the country. Tourism and recreation as dynamically growing service sector covers new types, forms and technologies, emerging under the influence of consumer demand and scientific and technological progress, increasing requirements for the quality of recreation and professional education. The business environment in the tourism sector adapts flexibly to crisis events and uses consumer-oriented digital technologies with minimal costs and investments. In this regard, the considered sector of the economy contains a significant potential for growth and a positive impact on the socio-economic development of the country's subjects. Many regions of Russia have tourist and recreational potential, so it is necessary to consider favorable geopolitical, socio-economic and technological factors for the development and strengthening of tourist specialization. The article discusses the features and strategic directions of youth tourism development. Educational tourism is a relatively new type of socio-cultural and economic activity, which is aimed at implementing programs for young people and students, as the most active part of the population. The analysis of objective and subjective factors in the formation of a program approach to the educational tourism development in the regions of Russia is presented. The author describes the typical portrait of the consumer of educational services. The significant limitation of educational tourism development lays in the fact that this type of service is not mentioned in strategic documents and regulatory framework undeveloped, although objective prerequisites for its introduction into the socio-economic system of the regions have been formed.*

Keywords: *youth travel, educational tourism, educational tourism potential, demand, consumer portrait*

Citation: *Oborin, M. S. (2020). Educational tourism as a promising development direction of youth travel in Russia. Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 14(3), 86-96. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10306.*

Article History

Received 25 August 2020
Accepted 19 September 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Молодежные путешествия – важное и быстрорастущее звено туристического рынка. Развитие молодежного туризма во многом обусловлено общей динамикой туризма, но в то же время определяет собственные тенденции в связи с влиянием конкретных факторов. Молодежные путешествия обусловлены крайне разнообразными мотивациями молодежи. Наиболее популярными направлениями являются познавательный туризм и волонтерские программы. Конечно, рынок молодежного туризма следует рассматривать как часть туристического рынка в целом. В этом контексте механизмы действия схожи, но со значительными различиями с точки зрения мотивации и характеристик клиентов [4].

Туристический спрос на рынке молодежного туризма охватывает всю молодежь, желающую выехать за пределы места своего проживания на определенный период времени с такими целями, как учеба, отдых, изучение языка, спорт и так далее.

Объем, структура, динамика и пространственно-временная дисперсия, а также развитие направлений туристического спроса находятся под влиянием ряда непрерывных или случайных факторов, которые также определяют общее развитие молодежных путешествий на национальном и международном уровнях.

Текущая ситуация на молодежном туристическом рынке вызвала ряд изменений на международном уровне [2].

Многочисленные исследования молодежного туризма, проведенные в последнее время на глобальном уровне и в Европе, подчеркивают реальный рост важности этого рынка и его диверсификацию, хотя эти исследования слишком фрагментированы и структурированы в определенных аспектах, чтобы дать общий анализ этого направления.

Основываясь на результатах многочисленных исследований рынка молодежного туризма, можно сделать вывод, что этот вид туризма является важным и быстро развивающимся направлением развития туристического

рынка и что на его развитие влияет ряд общих или конкретных факторов.

В ряде исследований предпринимались попытки установить масштабы путешествий молодежи на протяжении многих лет, так что в 1991 году Всемирная туристская организация сообщила, что “каждый шестое прибытие в мир представлено молодым туристом” (Всемирная туристская организация, 1991) [15].

Также было подсчитано, что среднегодовые темпы роста молодежных поездок выросли на 60%, по сравнению с предыдущими годами.

В 1995 году был опубликован отчет Европейской комиссии по туризму, в котором молодежные поездки были определены как потенциальный рынок для 125 миллионов путешественников, или 23% населения мира.

В 2000 г. Федерация международных молодежных туристских организаций заявила, что на молодежные поездки составляют 20% от общего числа туристов.

А спустя пять лет на мировой рынок этого вида туризма в 2005 году прибыло более 193 миллионов человек, что составляет почти 24% от общего числа туристов [3].

Предполагая, что сегодняшняя молодежь – это туризм завтрашнего дня, необходимо знать функционирующие механизмы этой области и, исходя из этого, предвидеть ее эволюцию с целью разработки стратегии развития молодежных путешествий и разработки определенных действий, направленных на обеспечение оправданий ожиданий туристов.

По сравнению с другими видами туризма молодежные путешествия не так сильно пострадали от экономического кризиса, и по сравнению с 2008 годом объем продаж в 2009 году снизился только на 0,3% (Wyse Travel Confederation, 2010), в то время как общая туристическая индустрия зафиксировала падение на 4% на глобальном уровне (ЮНВТО, 2010). Спад, зафиксированный в начале 2009 года, был восстановлен во втором полугодии и в настоящее время во многих секторах рынка молодежного туризма сейчас наблюдается

небольшой рост.

В 2010 году молодежные поездки выросли на 9% по сравнению с предыдущим годом (4%), и 5% этого роста пришлось на участников торгов, которые отреагировали на экономический кризис путем диверсификации услуг и продуктов, доступных для молодежи (WYSE Travel Confederation, 2010).

Изменения спроса связаны с программами *au pair*, страховыми услугами и языковыми поездками, которые увеличились в 2009 году по сравнению с 2008 годом, в то время как поставщики рабочих контрактов за рубежом сообщили о незначительном снижении, главным образом из-за ужесточения визовых условий и отсутствия контрактов в некоторых странах [5].

Спрос на услуги размещения увеличился в рамках молодежного туризма и оставался более или менее на том же уровне в течение 2009 года, что означает стабильное развитие, учитывая значительный спад, зарегистрированный гостиничной индустрией в целом.

Например, уровень заполняемости гостиниц в США снизился на 9% в 2009 году, в то время как в Европе в 2009 году наблюдалось двузначное падение, а валовая операционная прибыль на один доступный номер упала на 30% в большинстве городов (TRI Hospitality Consulting, 2010). В разных регионах мира, с точки зрения спроса на два американских континента, произошло падение на 5% в 2009 году по сравнению с 2008 годом, в то время как Азия (14%) и Океания (13%) показали сильный рост, а в Европе снижение составило всего 1%.

Молодежный спрос на туристские услуги имеет определенные особенности, отличающие его от других видов туризма. Речь идет о высоком уровне мобильности молодежи, сложности их мотивации, бюджете, выделяемом молодыми людьми на путешествие, продолжительность пребывания и т. д.

Особенностью спроса на молодежные поездки является высокий уровень мобильности. Молодые люди, как правило, достигают отдаленных мест назначения в течение

длительного периода времени, и деятельность, осуществляемая во время их пребывания, должна быть как можно более разнообразной и насыщенной физической нагрузкой [1].

Образовательный туризм является интегральным видом экономической, социальной, культурной деятельности, именно поэтому его развитие зависит от потенциала территории: природно-ресурсного, образовательного, социально-экономического, инфраструктурного, институционального. Ресурсы образовательного туризма имеют особенности, основная из которых заключается в формировании ценностного предложения для потребителей на основе их взаимодействия [6].

Понятие образовательного туризма содержится в ряде научных работ, в которых сделан акцент на его различные аспекты (рис. 1).



Рис. 1 – Содержание понятия образовательного туризма

Развитие образовательного туризма обусловлено следующими обстоятельствами:

- *прагматичность спроса и совмещение нескольких целей* посещения территории туристами: познавательных, лечебно-оздоровительных, рекреационных, образовательных, развлекательных и других;

- *развитие образовательных систем и технологий*, позволяющих получать уровень профессионального образования, ожидаемый потенциальными работодателями;

- *трансформация социально-экономи-*

ческого уклада под влиянием научно-технического прогресса и цифровых технологий, которые предъявляют новые требования к профессиональным навыкам и качествам

личности [14].

Представим системный подход к потенциалу развития образовательного туризма (рис. 2).

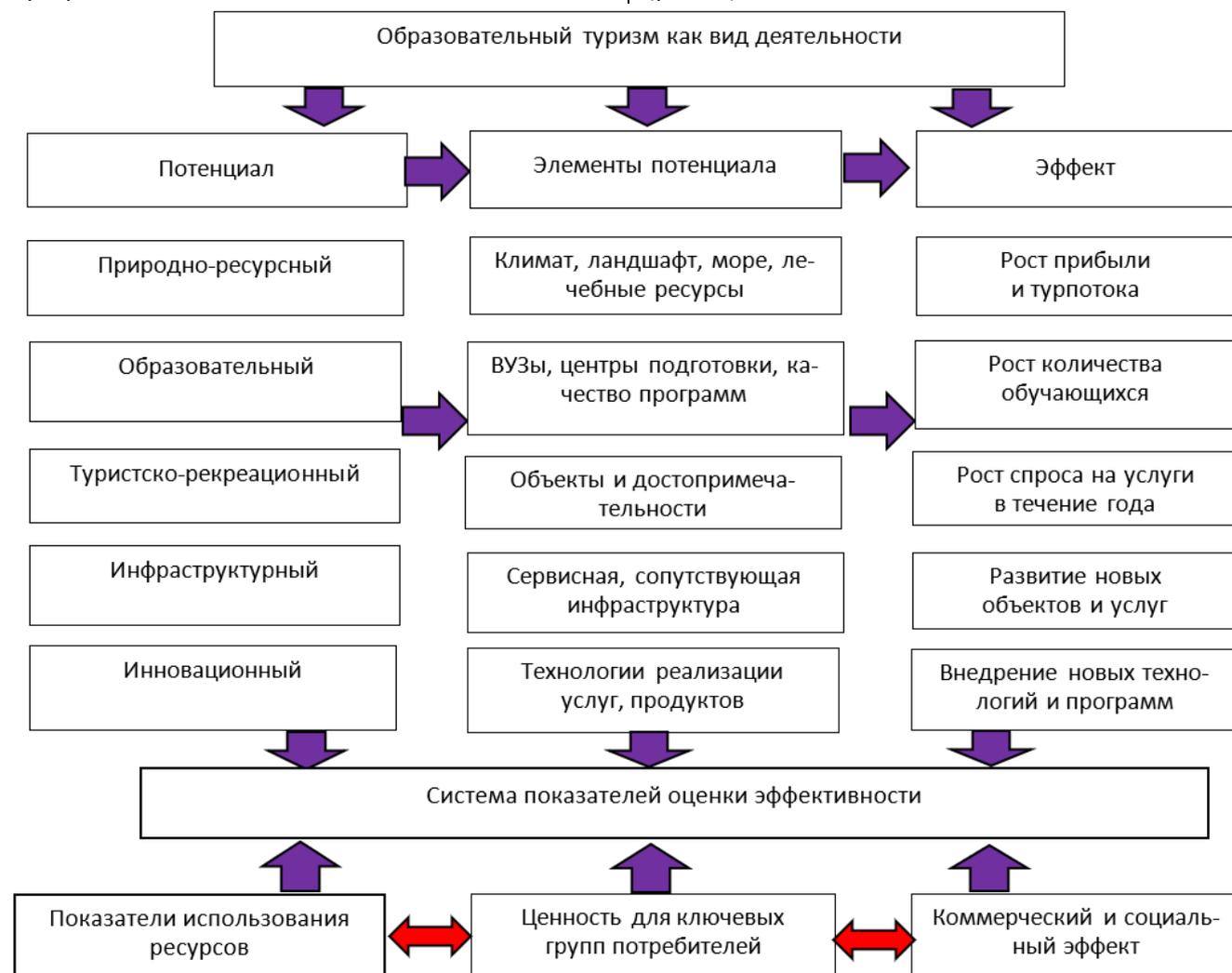


Рис. 2 – Потенциал развития образовательного туризма

Большое значение имеет привлекательность территории для посещения, с этой точки зрения можно отметить, что образовательный туризм можно развивать при сочетании следующих групп факторов:

Образование и наука. В регионе присутствия должны быть учебные заведения с высоким рейтингом, которые являются привлекательными для получения образования, профессиональной подготовки, повышения квалификации, научные и образовательные центры, дополняющие теоретический курс и придающие ему практическую направленность [7].

Высокий уровень развития производства и технологий. Специализированные программы представляют интерес для практиков, бизнесменов и управляющих, если они связаны с решением реальных задач, стоящих перед производством. Развитая аграрная специализация позволяет привлекать к образовательному и научному сотрудничеству практиков, которые имеют уникальный опыт внедрения управленческих решений, основанных на глубоком знании отраслевой специфики. Синергия опыта полезна для экспертов, финансовых консультантов, управляющих

собственным бизнесом и представителей органов власти, которые могут быть непосредственно связаны с разработкой программ социально-экономического и отраслевого развития территорий.

Туристско-рекреационный потенциал территории. Большой привлекательностью при прочих относительно равных условиях обладает субъект РФ, который располагает привлекательным климатом, природными лечебными ресурсами, современными средствами размещения и развитой инфраструктурой сопутствующих услуг [8].

Развитые кооперационные связи на региональном потребительском рынке. В субъекте РФ должны быть созданы благоприятные условия формирования кластерного и сетевого взаимодействия в туристско-рекреационной сфере, поддержка и продвижение предлагаемых инициатив и программных разработок органами власти на муниципальном и региональном уровнях, оказанием содействия в реализации проектов, имеющих социальное и образовательное значение.

С точки зрения мотивации, спрос на туризм крайне сложен, это означает, что у молодых людей есть самые разнообразные причины заниматься туризмом. Спрос, выраженный молодыми людьми, является отправной точкой для распределения их ограниченных ресурсов. Доход является материальной основой любого акта потребления, в том числе и туризма, потребление, которое зависит от доходов молодежи.

Расходы молодых туристов напрямую связаны с их доходами, и поскольку доходы недостаточно высоки, молодые люди откладывают деньги на дальние поездки, и в большинстве случаев общие расходы на путешествие составляют примерно их годовой доход [12].

Что касается бюджета, выделяемого на туристские поездки, то можно сказать, что в целом средние расходы молодежи на приобретение туристских продуктов в последние годы возросли, достигнув примерно 2600 долл. Это значение в три раза превышает средний

бюджет поездки, который в 2008 году составил 883 евро (Conrady, R., 2010).

Из общего бюджета в 2600 долларов около 40% составляют транспортные расходы, в которые, в основном входит стоимость билетов на самолет, и около 1550 долларов тратится в пункте назначения. Второе место в структуре бюджета занимает жилье, на которое приходится большая часть расходов на гостиницу [13].

Эффективность использования потенциала в конечном итоге определяется ценностью услуг для ключевых групп потребителей, поэтому необходимо рассмотреть направления развития образовательного туризма, которые существуют в отечественной и зарубежной практике в зависимости от мотивов (рис. 3).

На основе анализа работ отечественных авторов представим задачи, которые могут быть успешно решены на основе образовательного туризма:

Уровень личности:

- путешествия в другие регионы и местности, отличающиеся по природно-ресурсному, культурно-историческому, инфраструктурному и экономическому потенциалу;
- повышение качества жизни и здоровья;
- восстановление трудоспособности и психофизиологического равновесия, необходимого для полноценной жизнедеятельности и труда;
- получение услуг, связанных с качественным отдыхом и досугом;
- саморазвитие и духовное обогащение на основе приобщения к культурным и историческим ценностям, объектам принимающих территорий, коммуникационного обмена с представителями других культурных традиций;
- получение углубленных профессионально значимых знаний, профориентация;
- получение специального образования по выбранной профессии, а также связанным с ней навыками и компетенциями [11].

Уровень территории:

- развитие туристско-рекреационных и

образовательных систем;

- привлечение туристского потока и повышение территориального имиджа;
- получение дополнительных доходов бизнес-структурами и бюджетами различных уровней;
- стимулирование развития региональных рынков услуг;

- системное повышение качества туристско-рекреационных и образовательных услуг.

Уровень государства:

- повышение качества человеческого капитала,
- решение социальных задач;
- достижение стратегических целей и задач социально-экономического развития.

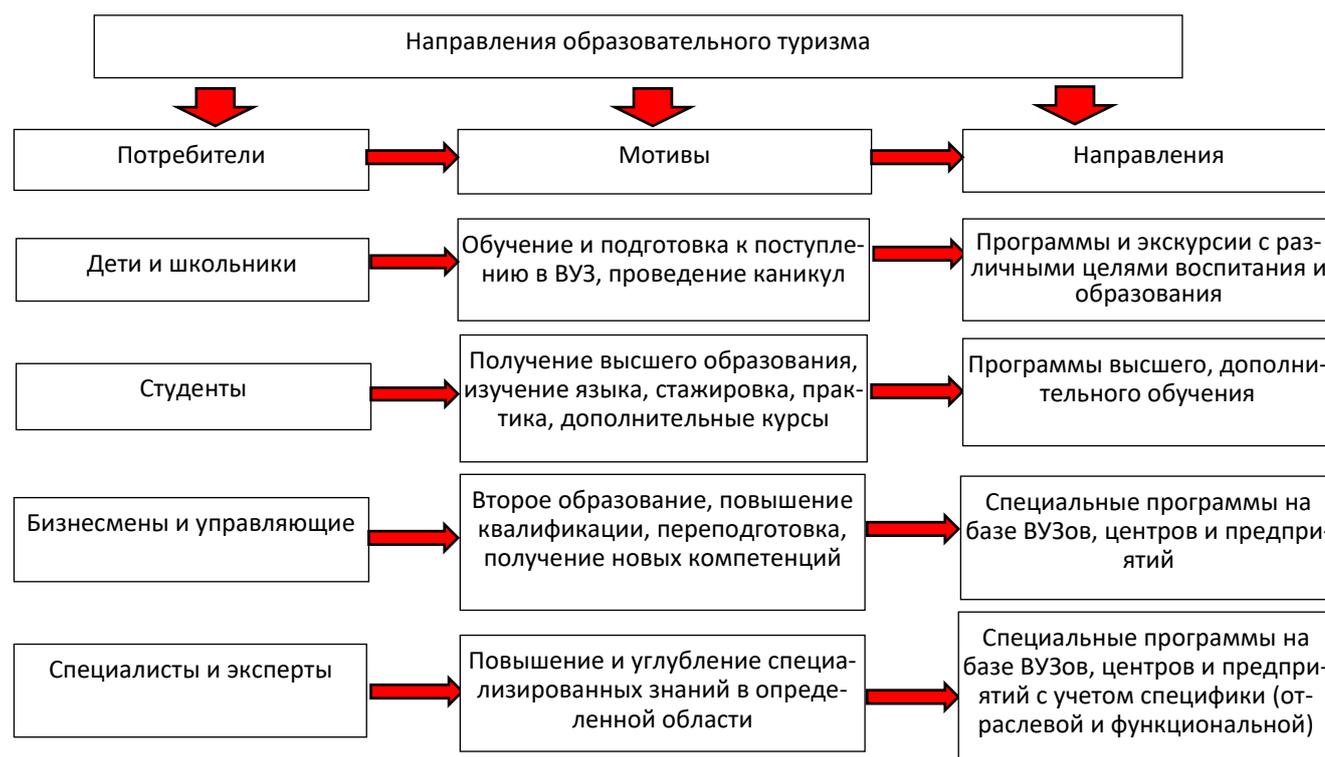


Рис. 3 – Направления образовательного туризма с учетом мотивации потребителей

Под продуктом образовательного туризма можно понимать совокупность образовательных и туристско-рекреационных услуг с выраженным познавательным эффектом для потребителя в определенной профессиональной области.

Эффективной технологией развития программных инициатив в регионах является формирование профилей потребителя, которые позволят персонифицировать отдельно взятый программный продукт в сфере образовательного туризма, например, молодежь (рис. 4).

Разработанная модель направлена на отражение влияния значимых факторов на спрос в сфере образовательных туристских услуг, в которых все больший удельный вес приобретают технологические аспекты и дистанционные сервисы.

Формирование программного подхода к услугам для молодежи в возрасте 14-30 лет должно учитывать событийный календарь региона, включая научно-практические, деловые, финансовые, спортивные события, конференции и мероприятия.

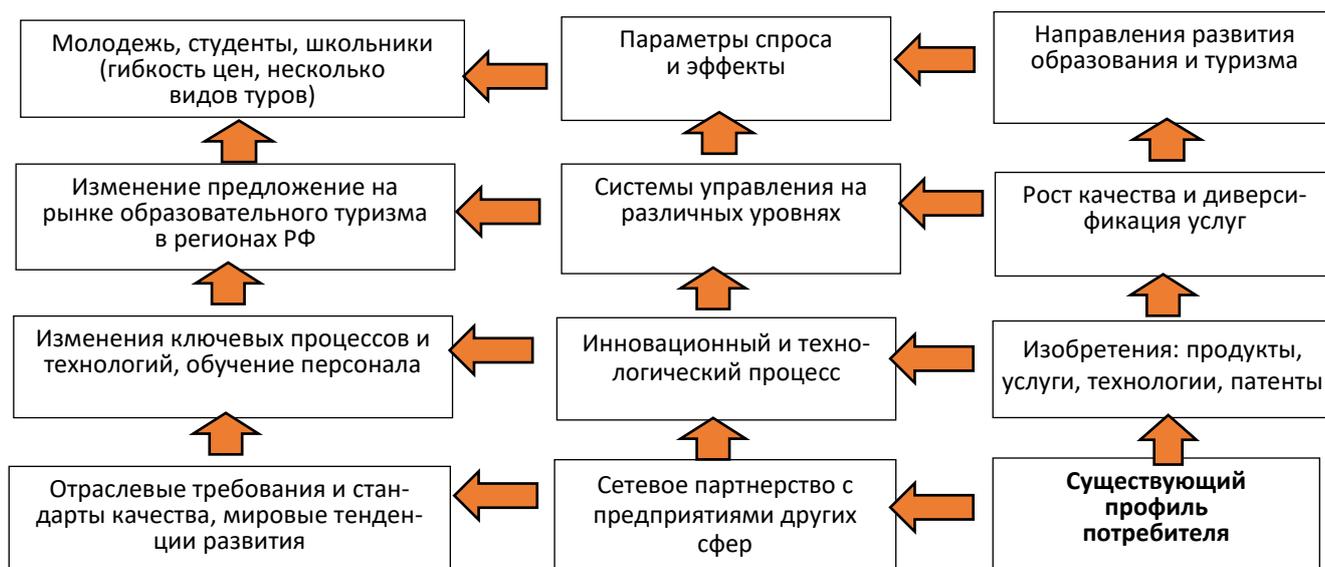


Рис. 4 – Профиль потребителя образовательного туризма

Основным сегментом потребителей услуг образовательного туризма является молодежь, так как население регионов страны, входящее в данную социально-демографическую группу, ведет активный образ жизни, путешествует, стремится получить образование в различных видах деятельности. Научно-технический прогресс способствует изменению представлений и требований о профессиональных компетенциях. Приоритетами в подготовке специалистов высокой квалификации становится подход, основанный на универсальных навыках, соответствии личности растущей интелтуализации труда, повышение роли делового общения и коммуникаций, постоянном самообразовании и саморазвитии.

Целесообразно сравнить структуру предложения и особенности его продвижения на российском и зарубежных рынках образовательных услуг [9].

Выделим несколько основных типов услуг, которые направлены на наиболее активную часть потребителей – студенты и школьники:

1. Образовательные услуги, реализуемые учреждениями, входящими в систему образования, коммерческими образовательным центрами. В данную группу можно отнести программы получения второго высшего,

дополнительного образования, повышения квалификации и профессиональной переподготовки.

2. Научно-образовательные услуги, которые заключаются в организации и проведении научных конференций, форумов, круглых столов для широкого круга лиц. Основное назначение участия в подобных мероприятиях для рассматриваемой группы потребителей заключается в обмене опытом, получении практических и научных знаний, так как к участию приглашаются ученые и практики, представители органов власти и отраслей народного хозяйства, происходит синергия научного и производственного опыта.

3. Специализированные языковые курсы, которые состоят в углубленном изучении иностранных языков на базе специализированных центров или учреждений системы образования, которые завершаются получением документа, диплома об образовании.

4. Программы культурного обмена, которые заключаются в обмене студентами между вузами разных государств с целью приобретения культурно-коммуникационного опыта, освоения иностранных языков непосредственно с его носителями в процессе активной жизнедеятельности и обучения [10].

5. Комплексные туристско-рекреацион-

ные программы, которые предусматривают совокупность услуг, связанных с отдыхом, рекреацией, получением образования. Их ценность для потребителя заключается в возможности приобщения к культурно-историческому наследию региона, получение знаний о культуре, достопримечательностях, посещение досуговых учреждений и баз отдыха в сочетании с профессионально значимыми целями.

Структура предложения на рынке отечественных и зарубежных туристских и образовательных услуг целом похожа, однако в развитых странах существует системное продвижение и реализации данных продуктов, основан-

ная на финансировании значительного числа структур, представленных образовательными учреждениями, бизнесом, органами власти, коммерческими и социальными фондами, деятельность которых направлена на социальную поддержку молодежи и студенчества.

Системное продвижение связано с осознанием ценности услуг для общества, личности и государства различными уровнями управления. Имеет место выраженная социальная функция образовательного туризма, связанная с воспитанием патриотизма, экологического мышления, развитием коммуникационных навыков и совместной деятельности.

Список источников

1. **Аигина Е.В., Тульская Н.И.** Современное состояние и развитие детского туризма в Российской Федерации // Современные исследования социальных проблем. 2015. №10 (54). С. 505-518.
2. **Александрова А.Ю.** Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2017. №1. С. 41-61.
3. **Александров Г.И., Кровопусков П.А.** Формирование интереса у обучающегося к выбранной профессии посредством промышленного туризма // Машиностроение. Тенденции развития современной науки: Мат. науч. конф. студ. и асп. Липец. гос. техн. ун-та. Липецк: Изд-во ЛГТУ, 2018. С. 224-226.
4. **Ведерников В.П., Косолапова В.А., Колесников Н.Р.** Современный молодежный туризм как актуальное явление // Вестник Краснодарского государственного института культуры. 2018. №1(14).
5. **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.
6. **Еременко В.В., Еськова Н.А.** Планирование социально-экономического развития в регионах и муниципальных образованиях: стратегический подход в Кореневском районе // Наука и практика регионов. 2017. №3 (8).
7. **Землинская Т.Е., Ферсман Н.Г.** Некоторые аспекты применения метода проектов в контексте обучения межкультурной коммуникации // Вопросы методики преподавания в вузе. 2017. Т.6. №20. С. 29-36.
8. **Каменец А.В.** Молодежный социальный туризм как общественная проблема // Современные проблемы науки и образования. 2015. №2/2. С. 857.
9. **Колесова Ю.А.** Молодежный туризм как фактор развития внутреннего туризма Кировской области // Общество. Наука. Инновации. (НПК-2017): Сб. ст. Всеросс. ежегод. науч.-практ. конф. Киров: Вятский гос. ун-т, 2017. С. 5347-5352.
10. **Морозов М.В.** Маркетинговые исследования российского рынка детского туризма // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. №2. С. 83-91.
11. **Нечаев М.П.** Основные направления актуализации и развития воспитывающего потенциала туристской деятельности в общеобразовательной организации // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2016. Т.10. №1. С. 38-43.
12. **Суховейко Г.С.** Детский отдых и оздоровление: слагаемые успеха // Народное

образование. 2016. №2. С. 9-11

13. **Смирнова У.Г.** Система качества и безопасности рекреационных услуг в сфере детского отдыха // Общество. Среда. Развитие. 2016. №2(31). С. 55-60.
14. **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. 2018. №47. С. 118–126.
15. **Юдина Т.А., Баламян М.Н.** Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края // Теория и практика общественного развития. 2017. №5. С. 18–22.

References

1. **Aigina, E. V., & Tul'skaya, N. I.** (2015). *Sovremennoe sostoyanie i razvitie detskogo turizma v Rossijskoj Federacii* [Current state and development of children's tourism in the Russian Federation]. *Sovremennyye issledovaniya social'nyh problem [Modern studies of social problems]*, 10 (54), 505-518. (In Russ.).
2. **Aleksandrova, A. Yu.** (2017). *Formirovanie integrirovannoj sistemy statistiki turizma v Rossijskoj Federacii* [Formation of an integrated system of tourism statistics in the Russian Federation]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika [Vestnik Moskovskogo universiteta. Series 6: Economics]*, 1, 41–61. (In Russ.).
3. **Aleksandrov, G. I.** (2018). *Formirovanie interesa u obuchayushchegosya k vybrannoj professii posredstvom promyshlennogo turizma* [Formation of students' interest in the chosen profession through industrial tourism]. *Mashinostroenie. Tendencii razvitiya sovremennoj nauki [Mechanical engineering. trends in the development of modern science]: scientific materials. conf. undergraduate and graduate students Lipetsk State Tech. University. Lipeck: Izd-vo LGTU, 224–226.* (In Russ.).
4. **Vedernikov, V. P., Kosolapova, V. A., & Kolesnikov, N. R.** (2018). *Sovremennyyj molodezhnyj turizm kak aktual'noe yavlenie* [Modern youth tourism as an actual phenomenon]. *Vestnik Krasnodarskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury [Bulletin of the Krasnodar State Institute of Culture]*, 1(14), 69-78. (In Russ.).
5. **Donskova, L. I., Red'kin, A. G., Otto, O. V., & Bepalova, N. N.** (2018). *Podhody k issledovaniyu social'nogo turizma: zarubezhnyj i rossijskij opyt* [Approaches to the study of social tourism: foreign and russian experience]. *Nauka Krasnoyar'ya [Science of Krasnoyarsk]*, 7(4), 100-125. (In Russ.).
6. **Eremenko, V. V., & Es'kova, N. A.** (2017). *Planirovanie social'no-ekonomicheskogo razvitiya v regionah i municipal'nyh obrazovaniyah: strategicheskij podhod v Korenevskom rajone* [Planning of socio-economic development in regions and municipalities: a strategic approach in the Korenevsky district]. *Nauka i praktika regionov [Science and practice of the regions]*, 3(8), 89-97. (In Russ.).
7. **Zemlinskaya, T. E., & Fersman, N. G.** (2017). *Nekotorye aspekty primeneniya metoda proektov v kontekste obucheniya mezhkul'turnoj kommunikacii* [Some aspects of the application of the project method in the context of teaching intercultural communication]. *Voprosy metodiki prepodavaniya v vuze [Questions of teaching methods at the university]*, 7(6), 29-36. (In Russ.).
8. **Kamenec, A. V.** (2015). *Molodezhnyj social'nyj turizm kak obshchestvennaya problema* [Youth social tourism as a public problem]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya [Modern problems of science and education]*, 2(2), 857-862. (In Russ.).
9. **Kolesova, Yu. A.** (2017). *Molodezhnyj turizm kak faktor razvitiya vnutrennego turizma Kirovskoj oblasti* [Youth tourism as a factor in the development of domestic tourism in the Kirov region]. *Obshchestvo. Nauka. Innovacii. (NPK-2017) [Society. The science. Innovation. (NPC-2017)]*. Collection of articles. All-Russian annual scientific and practical conference. Kirov: Vyatka State University, 5347–5352. (In Russ.).

10. **Morozov, M. V.** (2016). Marketingovyе issledovaniya rossijskogo rynka detskogo turizma [Marketing research of the Russian market of children's tourism]. *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and Abroad]*, 2, 83-91. (In Russ.).
11. **Nechaev, M. P.** (2016). Osnovnye napravleniya aktualizacii i razvitiya vospityvayushchego potenciala turistskoj deyatel'nosti v obshcheobrazovatel'noj organizacii [The main directions of actualization and development of the educational potential of tourist activity in a general educational organization]. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa [Universities for Tourism and Service Association Bulletin]*, 10(1), 38–43. (In Russ.).
12. **Suhovejko, G. S.** (2016). Detskij otdyh i ozdorovlenie: slagaemye uspekha [Children's rest and health improvement: components of success]. *Narodnoe obrazovanie [National education]*, 2, 9-11. (In Russ.).
13. **Smirnova, U. G.** (2016). Sistema kachestva i bezopasnosti rekreacionnyh uslug v sfere detskogo otdyha [The system of quality and safety of recreational services in the field of children's recreation]. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie [Society. Wednesday. Development]*, 2(31), 55-60. (In Russ.).
14. **Teziev, T. M., & Savkhalova, S. Ch.** (2018). Molodezhnyj turizm – faktor zdorovogo obraza zhizni [Youth tourism as a factor of healthy lifestyle]. *Sistema cennostej sovremennogo obshchestva. Sekciya 13: Zdorovyj obraz zhizni kak odno iz uslovij formirovaniya garmonichnoj lichnosti [System of values of modern society. section 13: healthy lifestyle as one of the conditions for the formation of a harmonious personality]*, 47, 118-126. (In Russ.).
15. **Yudina, T. A., & Balanyan, M. N.** (2017). Molodezhnyj turizm kak faktor razvitiya mezhdunarodnogo turizma na territorii Krasnodarskogo kraja [Youth tourism as a factor in the development of international tourism in the Krasnodar Territory]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and practice of social development]*, 5, 18-22. (In Russ.).