

Ханькова Олеся Владимировна

аспирант

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Свердловская область

DOI 10.31483/r-150156

РОЛЬ ДОХОДА В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКИХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ

***Аннотация:** статья посвящена вопросу изучения роли уровня доходов молодежи, оказывающих влияние на выбор формата отдыха и средства размещения. Исследование выявило ряд особенностей в молодежном отдыхе: наиболее популярными вариантами проживания оказались гостиницы (33,1%) и отели (34,3%).*

При этом 21,1% респондентов продемонстрировали нейтральное отношение к выбору места проживания. Выявлена корреляция между отсутствием постоянного дохода и выбором отелей: 10,5% таких респондентов предпочитают именно этот тип размещения. Предполагается, что данная тенденция обусловлена практикой семейного отдыха в отелях с родителями.

***Ключевые слова:** молодежь, ежемесячный доход, гостиница, формат отдыха, молодежный туризм.*

Введение в исследовательскую проблему.

Индустрия путешествий затрагивает все сферы жизнедеятельности общества: экономику, культуру, социальную жизнь [1, с. 34–39] Молодые люди сегодня отличаются высокой активностью и стремлением к ярким эмоциям, поэтому туризм становится для них важной частью жизни. Финансовые возможности напрямую влияют на выбор путешествий: кто-то выбирает бюджетные варианты, кто-то предпочитает размещение в комфортных отелях с развитой инфраструктурой. Анализ того, как доход определяет предпочтения в отдыхе, позво-

ляет туристической индустрии лучше понять молодежные тренды, создавать новые, привлекательные и доступные варианты размещений, а также разрабатывать маркетинговые стратегии.

Данный сегмент туристического рынка имеет ярко выраженный стереотип поведения, что было отмечено отечественными исследователями А. Дуровичем и А. Копасовым. По их мнению, наблюдается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и наличия брака молодежи. Наибольшее предпочтение к активным видам туризма имеет человек в возрасте от 18–30 лет, не вступившие в брак и без детей [2, с. 15].

В силу того, что большинство молодежи обучается в учебных заведениях и является студентами, молодые люди могут выезжать за пределы своего места пребывания только в период зимних и летних каникул, а также имеют ограниченный бюджет для путешествий. Именно в процессе путешествий будь то региональных или международных расширяется кругозор человека, накапливаются знания об истории, культуре других народов. Путешествия удовлетворяют потребность в культурно-познавательном досуге.

Сегмент молодежного туризма сегодня очень интересен для российских туроператоров и отельеров, что вызвано огромным желанием молодых людей путешествовать, опираясь на их финансовые возможности. Однако следует подчеркнуть, что на сегодняшний день выявить долю молодежного сегмента в международных туристских потоках затруднительно, поскольку подобный мониторинг статистические органы не осуществляют. В связи с этим большое значение имеют эмпирические исследования туризма, в том числе в молодежном сегменте.

Одним из важных этапов в путешествии является подготовка. Ключевым фактором при выборе формата отдыха и средства размещения является стоимость. Существует большое видовое разнообразие средств размещения: гостиницы, отели, турбазы, хостелы, которые имеют разный ценовой сегмент, предоставляемые услуги.

Результаты исследования. Для того чтобы выявить взаимосвязь между уровнем ежемесячного дохода молодежи и особенностями организации их путешествий, мы провели анализ социально-демографических характеристик участников. Ключевым параметром в данном контексте является возраст. В опросе приняли участие молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет.

Результаты анализа возрастного распределения респондентов демонстрируют, что наиболее многочисленной группой (31,4%) являются представители возрастной категории 18–20 лет. Доля участников в возрасте 21–25 лет составила 26,9%, 26–30 лет – 23,4%, а 31–35 лет – 14,3%. Гендерный состав выборки следующий: 54,9% – женщины и 45,1% – мужчины, что говорит о незначительном преобладании женщин.

Для полноты нашего исследования мы также рассмотрели предпочитаемые средства размещения молодежи.

Таблица 1

Мнение респондентов о средствах размещения в зависимости
от материального положения (в % к числу опрошенных)

<i>Какой вид размещения для вас наиболее предпочтителен</i>	<i>Ваш ежемесячный доход составляет (в месяц):</i>							
	Не имею доход	До 30 тыс.	До 50 тыс.	До 70 тыс.	До 100 тыс.	До 200 тыс.	свыше 200 тыс.	Итого:
Отель	10,5	5,1	5,0	4,8	5,7	2,3	1,0	34,3
Гостиница	6,1	7,0	6,3	5,3	5,3	2,3	0,8	33,1
Не имеет значения	7,4	3,4	2,9	2,7	2,1	2,1	0,6	21,1
Хостел	1,1	0,8	1,5	0,6	0,6	0,0	0,2	4,8
Гостевые дома	1,5	0,6	0,8	0,4	0,2	0,0	0,2	3,6
Турбаза	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2	0,0	1,3
Итого:	27,4	17,1	17,1	14,1	14,3	7,0	2,9	100,0

Полученные данные демонстрируют, что среди наиболее предпочитаемых средств размещения гостиница (33,1%) и отель (34,3%), причем 21,1% участников опроса указали, что для них не имеет значения какое будет средство размещения. Чаще всего выбирают отдых в отеле респонденты, не имеющие постоянного дохода, их доля составляет 10,5%, причиной этому может служить, то что данная категория туристов отдыхает в семейных отелях с родителями.

Наименее привлекательными средствами размещения стали турбаза их выбирает лишь (1,3%) респондентов, из которых респонденты, имеющие доходы свыше 200.000 рублей их не выбирают вовсе, также лишь незначительная часть (3,6%) останавливается в домах местных жителей и размещение в хостелах предпочитает лишь 4,8% респондентов, из которых 1,5% опрошенных имеют доходы до 50.000 рублей.

Таким образом, большинство опрошенных выбирают проживание в гостиницах, так как это наиболее оптимальный вариант соотношения стоимости и качества предлагаемых услуг и проживание в отелях актуально для тех туристов, кто ценит комфорт, сервис и развитую инфраструктуру. Интересный факт, что 21,1% считают, что им не важен уровень средства размещения, но при этом лишь небольшая часть выбирает такие бюджетные средства размещения как хостелы, турбазы и дома местных жителей, что может свидетельствовать о возникшем противоречии в ожиданиях от средства размещения. Предпосылки такого выбора нам понятны, для категории молодежи которой не важно какое будет средство размещения, важна экономия на проживании.

Выводы. В результате нашего исследования была проанализирована туристическая активность молодежи в зависимости от уровня дохода и можно определить несколько тенденций.

Таким образом, гостиницы представляются большинству как наиболее сбалансированный вариант по соотношению цены и качества. Отели же ориентированы на туристов, для которых важны высокий уровень комфорта, качественный сервис и развитая инфраструктура. Парадоксально, что, несмотря на заявления о

нейтральном отношении к типу размещения (21,1%), лишь небольшая часть выбирает самые бюджетные варианты. Это может свидетельствовать о скрытых ожиданиях или противоречиях в предпочтениях. Для молодежи, которая декларирует неважность места проживания, ключевым фактором, вероятно, является возможность сэкономить на проживании.

Список литературы

1. Грунт Е.В. Социокультурные практики молодежи в туризме / Е.В. Грунт, О.В. Ханькова // Теория и практика общественного развития. – 2024. – №12. – С. 34–39. <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.12.3>. – EDN HITZDN
2. Добринская Е.И. Свободное время и развитие личности / Е.И. Добринская, Э.В. Соколов. – Л.: Ленингр. орг. о-ва Знание РСФСР, 1983. – 32 с.