

УДК 379.85

А.Ю. Кононов

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия

## **Теоретические и практические аспекты молодежного туризма**

В статье проведен анализ основ формирования и развития молодежного туризма. Цель работы состоит в определении теоретических основ и оценке практических результатов организации молодежного туризма. Исследование теоретических аспектов проводилось с помощью таких методов научного познания, как индукция и дедукция, анализ и синтез, абстрагирование и конкретизация, метод сравнения. Для решения поставленных задач был применен логический метод. Базовым стал системный подход. В работе исследована специфика молодежного туризма, систематизированы теоретические предпосылки развития молодежного туризма, категоризированы факторы влияния молодежного туризма на дестинацию. Практическая значимость работы состоит в исследовании тенденций развития молодежного туризма в Приморском крае.

**Ключевые слова и словосочетания:** туризм, молодежь, молодежный туризм, Приморский край, дестинация.

A.Yu. Kononov

Vladivostok State University of Economics and Service  
Vladivostok. Russia

## **Theoretical and practical aspects of youth tourism**

The article analyzes the basics of the formation and development of youth tourism. The aim of the work is to determine the theoretical foundations and to assess the practical results of the organization of youth tourism. The study of theoretical aspects was carried out using such methods of scientific knowledge as induction and deduction, analysis and synthesis, abstraction and specification, the method of comparison. A logical method was used to solve the tasks. The system approach served as the basis. The paper investigates the specifics of youth tourism, systematizes the theoretical prerequisites for the development of youth tourism,

---

Кононов Артем Юрьевич – канд. экон.наук, доцент кафедры туризма и экологии, e-mail: artem.kononov@vvsu.ru

categorizes the factors of influence of youth tourism on the destination. The practical significance of the work is determined by the research of the trends in the development of youth tourism in Primorsky region.

**Keywords:** tourism, youth, youth tourism, Primorsky region, destination.

**Введение.** В последние десятилетия начинает оформляться такой туристский феномен, как молодежный туризм, который на протяжении длительного периода времени не рассматривался в числе традиционно отмечаемых видов туризма. Молодежь – это двигатель перемен в обществе, придающий ему важный инновационный импульс. Потенциально это самый энергичный и креативный субъект общественных взаимодействий. Молодежный туризм – комплексное явление, которое развивает не только дестинацию, но и отмеченный наиболее динамический и активный элемент производительных сил региона, что в свою очередь способствует повышению ресурсного потенциала страны в целом.

Глобальная индустрия молодежного туризма в настоящее время, по оценкам, составляет около 200 млн международных поездок в год [1] и прирастает быстрее, чем соответствующий показатель в среднем по отрасли [2]. Следовательно, при эффективном развитии и соответствующем маркетинге потенциал данного рынка может быть раскрыт в еще большей степени. А значит, молодежный туризм представляет важную возможность для комплексного развития индустрии туризма.

Актуальность рассматриваемой проблемы, ее практическая значимость и недостаточная степень научной изученности определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задачи.

Цель научно-исследовательской работы состоит в определении теоретических основ и в оценке практических результатов организации молодежного туризма. Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- исследовать специфику молодежного туризма;
- систематизировать теоретические предпосылки развития молодежного туризма;
- категорировать факторы влияния молодежного туризма на дестинацию;
- выявить современные тенденции развития молодежного туризма в Приморском крае.

**Предмет исследования, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция.**

Для дальнейшего изучения феномена молодежного туризма важно разобраться в этимологии понятия «молодежь». Молодежь – это возрастная группа общества, которая определяется комплексом психологических, физиологических характеристик, пристрастиями, привычками, приоритетами, вкусами. При этом молодежь представляет собой наиболее динамичную часть общества, которая существенно меняется через относительно непродолжительные временные периоды в результате происходящих важных событий в данном жизненном цикле человека: завершение учебы, трудоустройство, создание семьи.

Вместе с тем «молодежь» – понятие конкретно-историческое. В каждой стране в зависимости от уровня ее развития, культуры и традиций свое представление о молодежи. В результате, несмотря на схожесть понимания данного феномена, общепринятого понятия «молодежь» и общепринятого определения возрастных границ молодежи как социально-демографической группы не существует. Современные возрастные границы понятия «молодежь», принятые в большинстве западных стран, определяются в интервале от 13 до 30 лет. Так, в Испании молодежь определяется возрастом 14–30 лет: именно в этом возрасте в данной стране молодежь начинает вести экономически независимый образ жизни. В Германии существует строгая возрастная градация молодежи, поскольку ряд законодательных статей адресуется определенным возрастным группам. При этом согласно утвержденной градации возраст молодого человека в Германии – до 27 лет. В Великобритании и Нидерландах молодежь не классифицируется в отдельную группу, а вместо этого объединяется вместе с детьми в возрастную категорию до 25 лет.

Что касается законодательного определения данного термина в России, то можно отметить, что в 2018 году были подготовлены предложения в федеральный закон «О молодежи и государственной молодежной политике в РФ» [3], согласно которым верхняя планка возраста молодежи может быть повышена с 30 до 35 лет (на данном этапе под молодежью в Федеральном законе «О Государственной молодежной политике в Российской Федерации» понимаются лица в возрасте от 14 до 30 лет [4]), в частности из-за увеличения продолжительности жизни населения.

Из профильных международных туристских организаций, занимающихся анализом проблем и перспектив молодежного туризма, стоит отметить подход Всемирной молодежной студенческой и образовательной туристской конфедерации (единственной глобальной некоммерческой членской организации, представляющей всю молодежную, студенческую и образовательную туристическую индустрию), которая предлагает рассматривать в качестве молодежи людей 15–29 лет [5].

**Методы исследования.** В работе использованы методы актуализации, системного анализа, классификации, статистического анализа, моделирования.

**Основная часть.** Молодежь неизменно находится в авангарде надвигающихся перемен и инноваций, и индустрия туризма не является исключением. Молодые люди мыслят нестандартно, раздвигают границы и экспериментируют с новыми формами. В результате в эпоху беспрецедентных вызовов для туристической индустрии молодежный туризм представляет собой не только важный сегмент рынка, но и жизненно важный ресурс для инноваций и перемен. Сама индустрия туризма претерпевает стремительные изменения. Традиционные вертикальные цепи (рис. 1) уступают место более сложной сети создания стоимости.

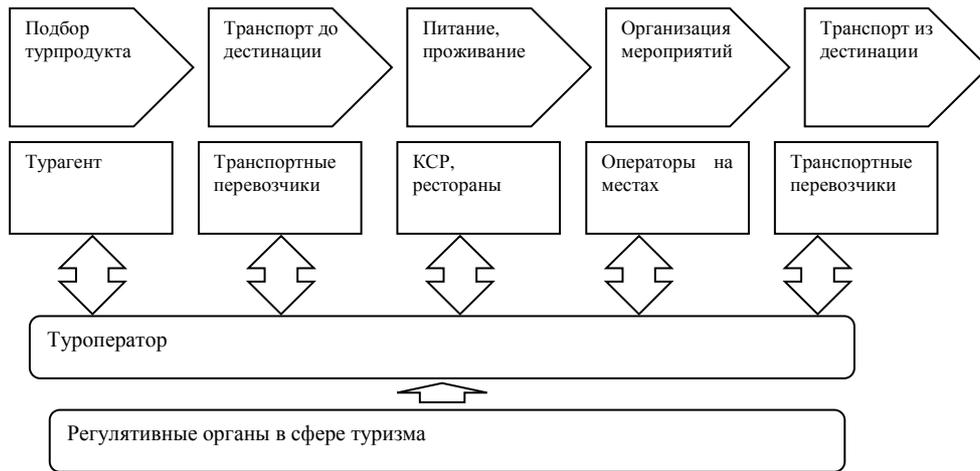


Рис. 1. Старая модель создания добавленной стоимости в туризме

*Примечание:* составлено автором.

Путешествия больше не зависят исключительно от инфраструктуры старой экономики – авиакомпаний, гостиниц, туроператоров и турагентов. Как показывает рис. 2, в новых реалиях сеть создания ценности турпродукта объединяет участников внутри и за пределами туристического сектора в различных комбинациях.

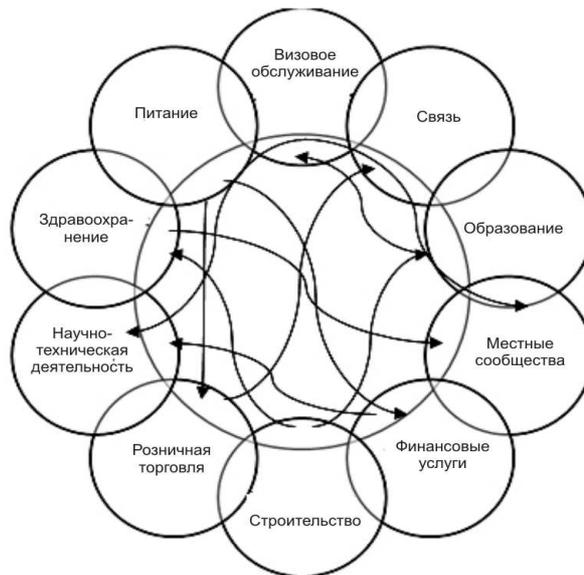


Рис. 2. Старая модель создания добавленной стоимости в туризме

*Примечание:* составлено автором.

При этом взаимоотношения между сектором туризма и другими экономическими секторами, а также обществом в целом стали настолько интегрированными, что необходимо говорить именно о «сети ценностей», а не о старой цепочке создания стоимости. Мы вступаем в эпоху новой гибкой сетевой экономики, в которой интернет и компьютерные технологии, местная культура и общество, сфера образования становятся частью цепочки создания стоимости турпродукта.

Молодые люди часто находятся в авангарде такого рода инноваций, потому что они готовы пересекать границы и создавать новые связи. Характерным примером такого подхода стало активное освоение молодыми людьми на самых ранних этапах развития новых технологий социальных сетей и мобильных средств массовой информации для поиска сведений о поездках и приобретения товаров.

При этом молодежный туризм сегодня – важный вид международного туризма, его целевая группа, согласно подсчетам Всемирной туристской организации (ЮНВТО), составляет 1,8 млрд человек. По прогнозам ЮНВТО, в 2020-х годах в рамках молодежного туризма будет совершаться почти 300 млн поездок в год. Общий объем рынка вырос со 150 млрд долл США в 2004 году до более чем 280 млрд долларов США в 2018 г. (рис. 3).

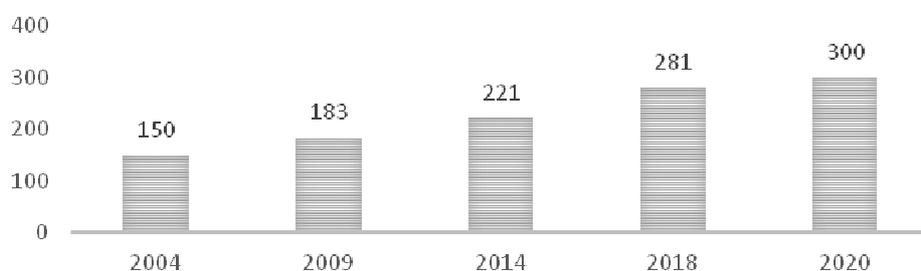


Рис. 3. Объем рынка молодежного туризма, млрд долл. США

*Примечание:* сост. по [6].

Для понимания уже достигнутых масштабов можно отметить, что доходы всей мировой музыкальной индустрии за 2017 год составили 15,7 млрд долл. США, бюджет Национального управления по авиации и исследованию космического пространства на 2018 год – 19,5 млрд долл. США, стоимость 20 лучших футбольных клубов мира – 28,803 млрд долл. США, а доходная часть бюджета Российской Федерации на 2018 год – 274,6 млрд долл. США.

В результате молодежный туризм вышел далеко за рамки своего первоначального статуса специализированной туристической ниши. Важной причиной в данном контексте является то, что путешествия лежат в основе многих аспектов образа жизни современной молодежи, для которой путешествия – это:

- форма обучения,
- способ познакомиться с другими людьми,
- возможность войти в контакт с другими культурами,

- источник карьерного роста,
- средство саморазвития,
- часть самоидентификации.

Иными словами, молодые люди рассматривают путешествия как неотъемлемую часть своей повседневной жизни, а не просто как краткосрочный «побег» от реальности. Это имеет далеко идущие последствия для дестинаций, которые они посещают, как в контексте социальных и культурных последствий приема молодежи, так и с точки зрения экономики.

Экономическая ценность молодежных путешествий заключается в уникальном характере данного рынка. В целом можно выделить ряд ключевых положений о вкладе молодежного туризма в развитие дестинаций.

1. Молодежный туризм – это высокая стоимость поездок. Несмотря на бытующие представления о том, что студенты и молодежь богаты идеями, планами и надеждами, но не располагают финансовыми ресурсами, статистика показывает, что средние расходы за поездку в данной категории (2160 долл. США [7]) в два раза превышают средние расходы на поездку международных туристов в целом (1097 долл. США [8]). Во многом это достигается за счет того, что молодые люди с точки зрения свободного времени могут позволить более длительные путешествия: средняя продолжительность поездки для них составляет от 10 дней, соответствующий показатель в среднем по отрасли составляет 4,15 дней [9].

Еще одно из объяснений такого рода значительной покупательной способности заключается в способности работать, чтобы заработать дополнительные деньги во время своих путешествий, а также в возможности задействовать ресурсы родственников. Например, опрос Global Gossip показал, что 36% от общего числа туристов в молодежном сегменте финансировались по крайней мере частично их семьей [8].

2. В случае молодежного туризма стоит отметить такой аспект, как «жизненный цикл туристского продукта» – согласно данным опросов, приведенным ЮНВТО, около 50% туристов в данной категории хотели бы вернуться в посещаемую ими дестинацию в течение последующих 5 лет [10].

3. Рынок молодежного туризма достаточно гибкий. В периоды локальных кризисов и неурядиц молодые люди продолжают путешествовать, поскольку по природе своей более бесстрашны. Участники молодежного туризма с меньшей долей вероятности будут отказываться от поездок в связи с угрозой терроризма, политических и гражданских беспорядков, стихийных бедствий. В результате рынок молодежного туризма менее волатилен.

4. Экономическое влияние на местном уровне. Одним из важнейших факторов экономического влияния туризма для местных сообществ является степень «утечки» средств, получаемых от туризма, из местной экономики. Особенно большими такого рода потери могут быть в небольших экономиках развивающихся стран, где значительная доля общих доходов достается крупным транснациональным корпорациям. Согласно данным, молодые путешественники часто пытаются избежать взаимодействия с международными сетями и в поисках аутентичного опыта по возможности тратят свои деньги непосредственно при расчетах с местными поставщиками.

5. Молодые люди делают важный вклад в другие отрасли. Они часто путешествуют, чтобы учиться и/или работать в местах, которые они посещают. Мобильная и гибкая рабочая сила, пополняемая молодыми путешественниками, становится почти незаменимым фактором экономического роста в некоторых частях света. Так, в США 623 805 международных студентов, посещающих США в 2017–2018 годах, потратили 15,54 млрд долларов США на проживание и поддержание своего образования. Британские иностранные студенты обеспечивают около 22 000 рабочих мест и создают около 15 млрд долл. США для экономики Великобритании. Около 4,5 млрд долларов получено непосредственно университетами [8]. Деньги, которые зарабатывают образовательные учреждения за счет иностранных студентов, вносят ценный вклад в развитие образовательной системы в целом, что позволяет принимающей стране поддерживать условия обучения, которые они не могли бы позволить себе иначе.

6. Молодые люди привлекают в дестинацию третьих лиц. В Австралии, например, было подсчитано, что каждого иностранного студента, проходящего курс обучения по программе высшего образования, посещали в среднем 1,3 человека во время их пребывания, что приносит дополнительно 1,2 млрд австралийских долларов каждый год [8].

7. Участники молодежного туризма являются своего рода пионерами, которые постоянно открывают новые направления.

Благодаря своей природе, молодые люди также добавляют чувство «атмосферности» и «шума» в дестинациях, что имеет позитивное значение для привлечения других посетителей и предприятий.

В результате можно сказать, что молодежный туризм – это рынок будущего не только в контексте развития самих молодых людей, но в контексте дестинаций, которые они посещают.

Молодежный туризм в Приморском крае – это достаточно емкий рынок (рис. 4).

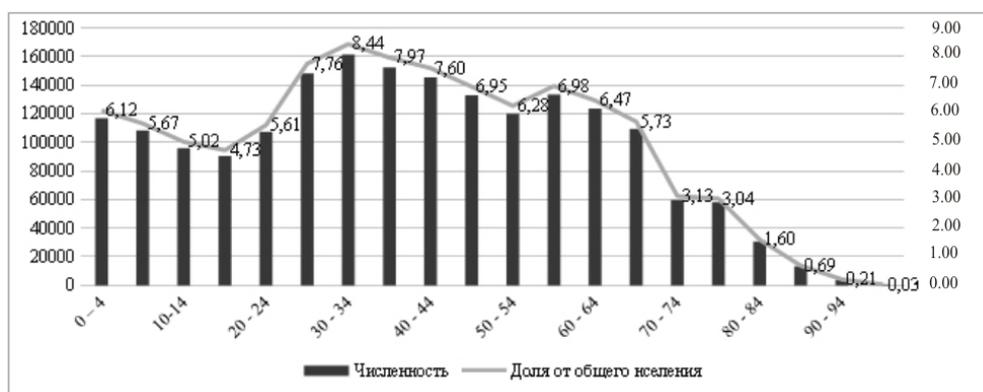


Рис. 4. Структура населения Приморского края по возрасту, чел., %

Примечание: сост. по [11].

Как показывает данный рисунок, больше всего населения, отправляющегося в туристические поездки, приходится на период от 30 до 34 лет – 8,44% от общего числа. Значительная доля приходится также на диапазон в 35–39 лет (7,97%), 25–29 лет (7,76%), 40–44 года (7,6%). В целом на население в возрасте 15–29 лет (категория молодежи в трактовке федерального закона «О молодежи и государственной молодёжной политике в Российской Федерации», а также в трактовке Всемирной молодёжной студенческой и образовательной туристской конфедерации) приходится 18,1% населения.

При этом потенциал развития молодежного туризма в Приморском крае чрезвычайно высок и в достаточной степени не раскрыт на данном этапе. Так, можно отметить, что проведенный мониторинг сайтов 207 туристских предприятий Приморского края, представленных в перечне Туристско-информационного центра [12], не выявил ни одного уникального продвигаемого предложения, акцентированным ядром целевой аудитории которого явилась бы молодежь – в своем абсолютном большинстве предприятия придерживаются стратегии недифференцированного маркетинга, при котором различия сегментов рынка игнорируются. Аналогичным образом, анализ реестра туристско-экскурсионных маршрутов, расположенных на территории Приморского края, выявил, что во всем многообразии предложений отсутствуют маршруты, ориентированные исключительно на молодежь.

В то же время в Приморском крае зарождается осознание возможностей, которые несет в себе целенаправленное развитие молодежного туризма. Одним из главных индикаторов такого рода тенденции стало то, что с 2018 г. в Приморском крае в рамках крупнейшего ежегодного профильного мероприятия – Тихоокеанского туристского форума – стал также проводиться Международный молодежный туристский конгресс, который стал первым в своем роде молодежным мероприятием в сфере туризма.

В качестве соорганизаторов международного молодежного туристского конгресса выступают ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (ВГУЭС), Дальневосточный федеральный университет, администрация Приморского края, Туристско-информационный центр Приморского края, экспертный совет по туризму при Губернаторе Приморского края.

Участниками выступают представители исполнительной и законодательной власти всех уровней, национальных и иностранных волонтерских сообществ, профильных учебных и исследовательских заведений, профессиональных общественных организаций, молодежное правительство Приморского края, молодые руководители и наставники предприятий и организаций туризма и индустрии гостеприимства, студенты и магистранты.

Вместе с тем особенностью данного мероприятия, по словам директора департамента туризма Приморского края К.В. Шестакова, является как раз стремление показать не столько туризм для молодежи, сколько туризм силами молодежи. Реализация проектов в этой сфере – это максимальный спектр услуг от производства сувенирной продукции до организации экскурсий и размещения

туристов (например, во Владивостоке открывается большое количество хостелов). Несмотря на то, что это капиталоемкая сфера услуг, основными инвесторами выступают молодые предприниматели.

В этом аспекте заявленные цели международного молодежного туристского конгресса:

- привлечь внимание молодежи к молодежному туризму как к интегрированной площадке международной коммуникации;
- создать единое международное пространство для деловых и исследовательских проектов в сфере туризма с охватом молодых предпринимателей, ученых, аспирантов, магистрантов.

В русле воспитания кадров, необходимых для успешного развития экономики в целом и туризма в частности, стоит выделить и такое актуально развиваемое направление молодежного туризма в Приморском крае как профориентационные производственные экскурсии.

Важно отметить, что из всех туроператоров по внутреннему и въездному туризму около 35% фирм реализуют подобные экскурсионные программы по Приморскому краю, а доля туристических компаний, предлагающих посетить производственные экскурсии в Приморском крае, составляет около 15%.

Были также выявлены туристические компании, наиболее активно предоставляющие профориентационные экскурсии: «Восток Интур», «Новый Век», «ВГУЭС Трэвел».

На рисунке 6 представлено количество производственных экскурсий у данных туристических компаний г. Владивостока в 2018 году.

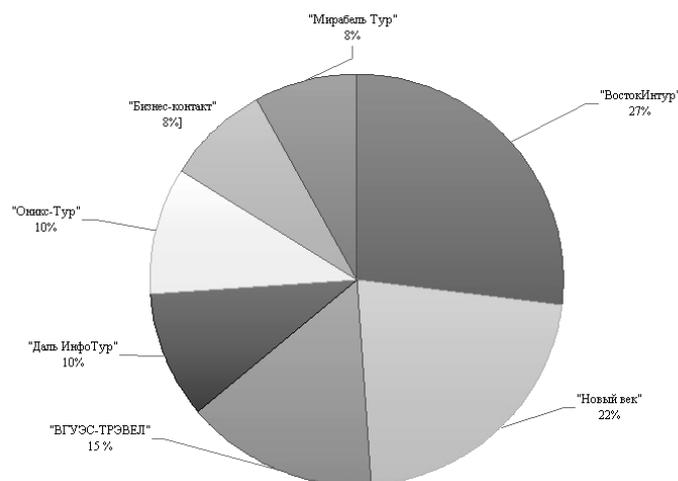


Рис. 6. Доля производственных экскурсий у туристических компаний г. Владивостока, %

В целом на рынке экскурсионных услуг г. Владивостока предлагается 35 производственных экскурсий. Самые распространенные из них отражены на рис. 7.



Рис. 7. Наиболее распространенные производственные экскурсии у туристических компаний г. Владивостока

Важным направлением молодежного туризма, развиваемым в Приморском крае, является академическая мобильность. Под академической мобильностью принято понимать «перемещение кого-либо, имеющего отношение к образованию, на определенный (обычно до года) период в другое образовательное учреждение (в своей стране или за рубежом) для обучения, преподавания или проведения исследований, после чего учащийся, преподаватель или исследователь возвращается в свое основное учебное заведение» [13].

Из приведенного положения нормативно-правовой базы вытекает, что академическая мобильность касается как преподавателей, исследователей и административного персонала, так и студентов, обучающихся по программам бакалавриата, магистратуры, аспирантуры и др. Однако определенный акцент в отношении международной мобильности делается на студентах и их возможности получить иной профессиональный и культурный опыт, что подтверждено и статистическими данными (рис. 8).

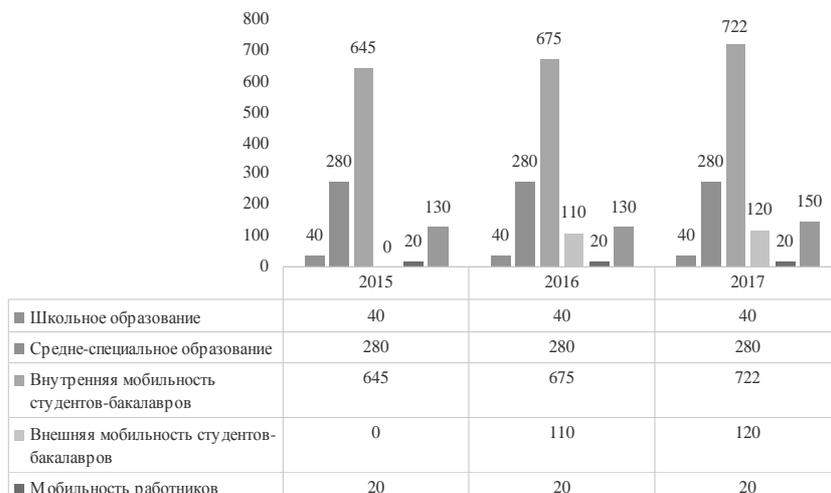


Рис. 8. Тенденции роста расходов в рамках академической мобильности различных возрастных и образовательных групп в мире, млн евро

Примечание: сост. по [13].

Сотрудничество в образовательной сфере – первоочередной приоритет многих стран, так как именно подготовке молодежи отводится ключевая роль в процессе духовного сплочения наций [14]. К развитию молодежного туризма в данном аспекте проявляют значительный интерес университеты, которые в современных реалиях невозможно представить без интенсивного международного сотрудничества и интеграции в глобальное образовательное и научно-исследовательское пространство: чем крепче налажены связи университета с зарубежными партнерами, тем более привлекательным будет выглядеть вуз для абитуриентов и сотрудников. В контексте Приморского края ситуацию в данном вопросе можно представить следующим образом (табл.).

Таблица

**Сравнительная таблица вузов Владивостока в показателях академической мобильности**

Название университета	Число университетов-партнеров	Число иностранных обучающихся в 2018 году	Общее количество программ обучения на иностранном языке	Общий процент преподавателей, проходивших стажировки за рубежом, %
ДВФУ	86	3021	12	45
ВГУЭС	43	213	5	26
ТГМУ	45	312	3	56
МГУ	38	102	4	31
Дальрыбвтуз	29	93	3	19

**Выводы и научная новизна.** В эпоху беспрецедентных вызовов для индустрии туризма молодежный туризм представляет собой не только важный сегмент рынка (его целевая группа, согласно подсчетам ЮНВТО, составляет 1,8 млрд человек), но и жизненно важный ресурс для инноваций и перемен.

Молодые люди рассматривают путешествия как неотъемлемую часть своей повседневной жизни, а не просто как краткосрочный «побег» от реальности. При этом молодые люди часто находятся на переднем крае технологической границы, они мыслят нестандартно и экспериментируют с новыми формами. Это имеет далеко идущие последствия для дестинаций, которые они посещают, как в контексте социальных и культурных последствий приема молодежи, так и с точки зрения экономики.

Позитивный вклад участников молодежного туризма в развитие дестинации может быть объяснен следующими особенностями этой категории путешественников, которые:

- часто тратят больше, чем другие туристы;

- скорее всего, вернуться в течение своей жизни, оценив место назначения;
- представляют собой потенциально растущий рынок, в то время как покупательская способность старших поколений в западных странах в долгосрочной перспективе имеет тенденцию к постепенному снижению;
- с меньшей долей вероятности будут отказываться от поездок в связи с угрозой терроризма, политических и гражданских беспорядков, стихийных бедствий;
- являются пионерами, которые открывают для себя новые направления;
- активно извлекают культурные выгоды от своих путешествий и способствуют активной отдаче тем местам, которые они посещают;
- обладают достаточно длинным жизненным циклом.

Дополнительная ценность молодежных поездок заключается в инновациях, позиционировании, культурных связях, международной торговле и обмене, социальной поддержке, образовании и т.д.

Молодежный туризм в Приморском крае – достаточно емкий рынок. На население в возрасте 15–29 лет (категория молодежи в трактовке Федерального закона «О молодежи и государственной молодёжной политике в Российской Федерации», а также в трактовке Всемирной молодежной студенческой и образовательной туристской конфедерации) приходится 18,1% населения.

Потенциал развития молодежного туризма в Приморском крае чрезвычайно высок и в достаточной степени не раскрыт на данном этапе, в частности с точки зрения продвигаемых предложений туристского продукта, акцентированным ядром целевой аудитории которого явилась бы молодежь, и разработки туристско-экскурсионных маршрутов, ориентированных на молодежь.

В Приморском крае зарождается осознание возможностей целенаправленного развития молодежного туризма. Одним из главных индикаторов такого рода тенденции стало проведение с 2018 г. в Приморском крае Международного молодежного туристского конгресса, главная задача которого – показать не столько туризм для молодежи, сколько туризм силами молодежи.

В русле воспитания кадров, необходимых для успешного развития экономики в целом и туризма в частности, стоит выделить и такие актуально развиваемые направления молодежного туризма в Приморском крае, как профориентационные производственные экскурсии и академическую мобильность.

- 
1. Youth tourism generated over 182 billion dollars in tourism receipts in 2013, representing 200 million international trips a year / European cities marketing. URL: <https://www.europeancitiesmarketing.com/youth-tourism-generated-182-billion-dollars-tourism-receipts-2013-representing-200-million-international-trips-year/>
  2. International Tourism Results 2018 and Outlook 2019 / UNWTO. URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barometer\\_jan19\\_presentation\\_en.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barometer_jan19_presentation_en.pdf)

3. О молодежи и государственной молодежной политике в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Национальный совет молодежных и детских объединений России. URL: [http://youthrussia.ru/wp-content/uploads/2018/02/proect\\_fz\\_molodej.pdf](http://youthrussia.ru/wp-content/uploads/2018/02/proect_fz_molodej.pdf)
4. О Государственной молодежной политике в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902044761>
5. Youth and student travellers age 15 to 29 represent 23% of international tourist arrivals / WYSE Travel confederation. URL: <https://www.wysetc.org/2015/09/youth-and-student-travellers-age-15-to-29-represent-23-of-international-tourist-arrivals/>
6. New Horizons IV A global study of the youth and student traveller / WYSE Travel confederation. URL: [https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2018/06/New-Horizons-IV\\_Preview.pdf](https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2018/06/New-Horizons-IV_Preview.pdf)
7. WYSE Travel Confederation Facts and Stats/ WYSE Travel confederation. URL: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>
8. Global Report on The Power of Youth Travel/ UNWTO. URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/wyse\\_powerofyouthtravel.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/wyse_powerofyouthtravel.pdf)
9. Global Travel Intentions Study / VISA. URL: <https://usa.visa.com/travel-with-visa/global-travel-intentions-study.html>
10. Youth Tourism and Volunteer Tourism: New Source of Growth/ UNWTO. URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3.3.\\_s3\\_wtc\\_2016\\_-\\_david\\_chapman.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3.3._s3_wtc_2016_-_david_chapman.pdf)
11. Возрастно-половой состав населения [Электронный ресурс] / Приморскстат. URL: [http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/primstat/resources/3d1b57804f1b8ed0922b9a149d0ea7d8/%D0%A7%D0%98%D0%A1%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC+%D0%9F%D0%9E+%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%A3+%D0%98+%D0%92%D0%9E%D0%97%D0%A0%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%A3+%D0%BD%D0%B0+01\\_2018.htm](http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/resources/3d1b57804f1b8ed0922b9a149d0ea7d8/%D0%A7%D0%98%D0%A1%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC+%D0%9F%D0%9E+%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%A3+%D0%98+%D0%92%D0%9E%D0%97%D0%A0%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%A3+%D0%BD%D0%B0+01_2018.htm)
12. Туристический портал Приморского края [Электронный ресурс] / ТИЦ Приморского края. URL: <http://tour.primorsky.ru/>
13. Кравцова Т.В. Понятие академической мобильности в гуманитарном знании // Гуманитарные исследования. 2014. № 3 (4). С. 88–90.
14. Erasmus+: Annual Report / European Commission. Brussel, 2017. 84 p.
15. Гомилевская Г.А., Кононов А.Ю., Петрова Г.А. Образовательный туризм как механизм межкультурной адаптации иностранных абитуриентов ВГУЭС // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. № 4 (25). С. 227–230.

#### Транслитерация

1. О molodezhi i gosudarstvennoj molodezhnoj politike v Rossijskoj Federacii [Elektronnyj resurs] / Nacional'nyj sovet molodezhnyh i detskih ob"edinenij Rossii. URL: [http://youthrussia.ru/wp-content/uploads/2018/02/proect\\_fz\\_molodej.pdf](http://youthrussia.ru/wp-content/uploads/2018/02/proect_fz_molodej.pdf)
2. O Gosudarstvennoj molodezhnoj politike v Rossijskoj Federacii [Elektronnyj resurs] // Elektronnyj fond pravovoj i normativno-tehnicheskoy dokumentacii. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902044761>
3. Vozrastno-polovoj sostav naseleniya [Elektronnyj resurs] / Primorskstat. URL: [http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/primstat/resources/3d1b57804f1b8ed0922b9a149d0ea7d8/%D0%A7%D0%98%D0%A1%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC+%D0%9F%D0%9E+%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%A3+%D0%98+%D0%92%D0%9E%D0%97%D0%A0%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%A3+%D0%BD%D0%B0+01\\_2018.htm](http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/resources/3d1b57804f1b8ed0922b9a149d0ea7d8/%D0%A7%D0%98%D0%A1%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC+%D0%9F%D0%9E+%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%A3+%D0%98+%D0%92%D0%9E%D0%97%D0%A0%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%A3+%D0%BD%D0%B0+01_2018.htm)

4. Turisticheskij portal Primorskogo kraja [Elektronnyj resurs] / TIC Primorskogo kraja. URL: <http://tour.primorsky.ru/>
5. Kravcova T.V. Ponyatie akademicheskoy mobil'nosti v gumanitarnom znanii // Gumanitarnye issledovaniya. 2014. № 3 (4). P. 88–90.
6. Erasmus+: Annual Report / European Comission. Brussel, 2017. 84 p.
7. Gomilevskaya G.A., Kononov A.Yu., Petrova G.A. Obrazovatel'nyj turizm kak mekhanizm mezhhkul'turnoj adaptacii inostrannyh abiturientov VGUES // Baltijskij gumanitarnyj zhurnal. 2018. № 4 (25). P. 227–230.

© А.Ю. Кононов, 2019

**Для цитирования:** Кононов А.Ю. Теоретические и практические аспекты молодежного туризма // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. Т. 11, № 3. С. 36–49.

**For citation:** Kononov A.Yu. Theoretical and practical aspects of youth tourism , *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2019, Vol. 11, № 3, pp. 36–49.

DOI [dx.doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2019-3/036-049](https://dx.doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2019-3/036-049)

Дата поступления: 14.06.2019.