

Секция «Социальные технологии в управлении общественными процессами»

Социальные технологии в развитии молодежного внутреннего туризма в России

Научный руководитель – Каверина Надежда Александровна

Костина Елизавета Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии организаций и менеджмента, Москва, Россия

E-mail: kostinaelizabeth982@gmail.com

В современных условиях ограничений и международных санкций особую важность представляет создание условий для развития внутреннего туризма. Для популяризации и развития внутреннего туризма активно применяются социальные технологии.

Социальные технологии нацелены на преобразование социального объекта с целью достижения определенного социального эффекта. Каждое изменение, таким образом, состоит из определенных средств, методов и действий и имеет цель по решению определенной социальной проблемы. В рамках данной работы мы будем использовать определение Ж. Т. Тощенко, который под социальной технологией подразумевал «совокупность последовательных операций, процедур целенаправленного воздействия и реализации ранее намеченных планов (программ, проектов) и получения оптимального социального результата» (Тощенко, 2011, 141). Жан Терентьевич отмечает, что социальные технологии являются неотъемлемым элементом социального управления и позволяют наиболее эффективно использовать человеческие ресурсы для достижения намеченных социальных результатов. Таким образом, в рамках развития внутреннего туризма в России социальные технологии представляют собой совокупность целенаправленных операций, процедур, которые приводят к увеличению туристического потока и повышению удовлетворенности общества условиями туризма в России.

Ключевые цели и направления развития внутреннего туризма в России отмечены в Стратегии развития туризма до 2035 года, которая была опубликована в 2019 году. Положения Стратегии направлены на «развитие внутреннего и въездного туризма за счёт создания и развития туристских территорий специальных преференциальных режимов, реализации комплексных проектов создания туристской и обеспечивающей инфраструктуры, формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, увеличение доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для российских граждан» (3). Документ также выделяет общие направления развития туризма в России, которые заключаются в развитии патриотических идей, фокусе на культурно-познавательном, образовательном, деловом туризме. Однако особого внимания требует выделение конкретных методов, операций, посредством которых планируется достигнуть намеченных целей, а также оценить текущее состояние сферы внутреннего туризма, с учетом специфики которой будут разрабатываться теоретический, методический и процедурный этапы внедрения социальных технологий.

В рамках оценки текущего состояния внутреннего туризма в апреле 2024 года автором был проведен социологический опрос. Выборку составили 157 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет, анализ данных осуществлялся посредством программы SPSS. По результатам исследования большинство респондентов отметили необходимость и важность включения государства в создание условий для внутреннего туризма. При этом респонденты

выразили свое согласие с высказыванием о текущей включенности государства в создание условий по развитию внутреннего туризма в среднем на 4,73 балла из 7. Категория респондентов в возрасте от 27 до 35 лет оценили степень своего согласия с высказыванием о слабой развитости туристской инфраструктуры в среднем на 4,36 балла из 7, что является максимальным баллом в сравнении с другими возрастными категориями. Таким образом, мы наблюдаем признание высокой роли государства в создании условий для развития внутреннего туризма, однако не все респонденты считают его текущий вклад достаточным.

В ходе исследования было также выявлено, что респонденты мало знакомы с ключевыми программами по развитию молодежного туризма в России (средний балл осведомленности с программами «Больше, чем путешествие», «Мастера гостеприимства», «Студтуризм» по каждой составил менее трех баллов из семи).

Категория респондентов в возрасте от 18 до 20 лет активнее всего отмечает отсутствие достаточного информирования о программах в области развития внутреннего туризма в России. Таким образом, респонденты отмечают необходимость включения государства в создание комфортных условий по развитию туризма в России, однако проведенный опрос демонстрирует недостаточную осведомленность о ключевых федеральных программах в области развития молодежного туризма, которые, в свою очередь, активно внедряют социальные технологии для достижения целей по развитию туризма.

В результате проведения исследования становится очевидным необходимость внедрения социальных технологий по популяризации ключевых федеральных программ по развитию молодежного туризма. Наиболее неосведомленную категорию составляет молодежь в возрасте от 18 до 20 лет. Респонденты вместе с тем отмечают важность роли государства в области развития внутреннего туризма, однако категория респондентов в возрасте от 27 до 35 лет отмечает необходимость дополнительного развития туристской инфраструктуры в России. Таким образом, изучение текущего состояния развития внутреннего туризма в России требует дополнительного изучения, однако проведенное исследование уже помогает определить направления для внедрения социальных технологий по его развитию.

Источники и литература

- 1) Мурашов С.Б. Социальные технологии в системе управления: сущность и преимущества // Общество: социология, психология, педагогика. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-tehnologii-v-sisteme-upravleniya-suschnost-i-preimushchestva> (дата обращения: 02.03.2025).
- 2) Тощенко Ж.Т. Социология управления. Учебник. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011. – 300 с.
- 3) Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 25.02.2025).