

Оригинальная статья  
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2025-11-4-0-6

Чувакин П. П.<sup>1</sup>  
Горбатов С. А.<sup>2</sup>

Платформенный подход к развитию молодёжного туризма

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской академии наук», ул. Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Россия

<sup>1</sup>e-mail: [laries@sochi.com](mailto:lares@sochi.com)

<sup>2</sup>e-mail: [Legolas.vk@yandex.ru](mailto:Legolas.vk@yandex.ru)

<sup>1</sup>ORCID 0000-0001-9203-933X

<sup>2</sup>ORCID 0000-0001-9830-0594

Статья поступила 05 ноября 2025 г.; принята 30 ноября 2025 г.;  
опубликована 30 декабря 2025 г.

**Аннотация.** Становление и развитие платформенной экономики в Российской Федерации представляет собой системный процесс, детерминированный комплексом таких факторов, как появление государственных программ цифровой трансформации, повышение цифровой грамотности населения и изменение потребительского поведения в сторону цифровых каналов взаимодействия. Туристско-рекреационная отрасль закономерно вовлекается в общий процесс платформизации, в ней всё больше используются новые инструменты и возможности для построения целостных цифровых экосистем. Однако создание цифровых платформ, как правило, происходит в русле достаточно стандартизованных подходов, без дифференциации различных потребительских групп. В настоящем исследовании показана необходимость учёта специфических особенностей и уникальных черт молодёжного туризма при использовании платформенного подхода. В работе представлен обзор процесса реализации платформенного подхода в сфере туризма в России на примере структурных и функциональных характеристик, а также статистических данных о посещении Национального туристического портала; отмечены недостатки платформы «Russpass». Сформулированы основные цели и задачи цифровой платформы молодёжного туризма, продемонстрированы её системообразующие элементы. Обоснованы направления реализации интересов государства и молодёжи через цифровую туристскую платформу. Выделены некоторые особенности разработки и создания цифровой туристской платформы для молодых людей. Показано взаимовлияние цифровой платформы молодёжного туризма и ключевых национальных целей. Сделан вывод о том, что цифровая платформа молодёжного туризма может выступить средством вовлечения молодого поколения в социально значимые виды туризма культурно-образовательной и духовно-нравственной направленности при формировании специализированной цифровой архитектуры, направленной на удовлетворение туристских потребностей молодёжи.

**Ключевые слова:** социально-экономическая роль туризма; туристско-рекреационная отрасль; цифровая туристская платформа; платформенный подход; цифровая трансформация; молодёжный туризм; молодёжь; туризм

**Для цитирования:** Чувакин П. П., Горбатов С. А. Платформенный подход к развитию молодёжного туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2025. Т. 11. № 4. С. 72-85. DOI: 10.18413/2408-9346-2025-11-4-0-6

Публикация подготовлена в рамках реализации государственного задания ФИЦ СНЦ РАН FGRW-2025-0003, № госрегистрации 125021202045-8

UDC 338.48

Piotr P. Chuvatkin<sup>1</sup>  
Svyatoslav A. Gorbatov<sup>2</sup>

## A platform-based approach to youth tourism development

Subtropical Scientific Centre, Russian Academy of Sciences,  
2/28 Jan Fabricius St., Sochi 354002, Russia

<sup>1</sup>e-mail: [lares@sochi.com](mailto:lares@sochi.com)

<sup>2</sup>e-mail: [Legolas.vk@yandex.ru](mailto:Legolas.vk@yandex.ru)

<sup>1</sup>ORCID 0000-0001-9203-933X

<sup>2</sup>ORCID 0000-0001-9830-0594

**Abstract.** The emergence and development of a platform economy in the Russian Federation is a systemic process driven by a combination of factors, including the emergence of government digital transformation programs, increased digital literacy, and shifts in consumer behavior toward digital channels. The tourism and recreation industry is naturally drawn into the overall process of platformization, increasingly utilizing new tools and capabilities to build integrated digital ecosystems. However, digital platforms are usually created using fairly standardised approaches that do not differentiate between different consumer groups. This study demonstrates the need to consider the specific characteristics and unique features of youth tourism when using a platform approach. This paper presents an overview of the implementation of a platform approach in tourism in Russia using structural and functional characteristics, as well as statistical data on visits to the National Tourism Portal, and highlights the shortcomings of the Russpass platform. The paper formulates the main goals and objectives of the digital youth tourism platform, demonstrating its system-forming elements. The paper substantiates the ways in which the interests of the state and youth can be realized through the digital tourism platform. Several aspects of the development and creation of a digital tourism platform for young people are highlighted. The research demonstrates the interaction between a digital youth tourism platform and key national goals. It is concluded that a digital youth tourism platform can serve as a means of engaging the younger generation in socially significant forms of tourism with cultural, educational, and spiritual and moral focus, while developing a specialized digital architecture aimed at meeting the tourism needs of young people.

**Keywords:** socio-economic role of tourism; tourism and recreation industry; digital tourism platform; platform approach; digital transformation; youth tourism; youth; tourism

**For citation:** Chuvatkin, P. P., Gorbatov, S. A. (2025), “A platform-based approach to youth tourism development”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 11 (4), pp. 72-85, DOI: 10.18413/2408-9346-2025-11-4-0-6

The study was funded by the state assignment research of FRC SSC of RAS FGRW-2025-0003, project No 125021202045-8

**Введение (Introduction).** В XXI веке произошло значительное усиление процессов взаимопроникновения и, как следствие, взаимовлияния различных сфер жизнедеятельности друг на друга. Трактовка и толкование явлений как строго социальных или исключительно экономических перестали отражать действительность с её интеграционными и глобализационными процессами. Системный подход обеспечил методологически обоснованный переход от моноаспектного рассмотрения объектов к пониманию и принятию их полиаспектности, в частности, дуалистическому восприятию целого пласта явлений, вбирающих в себя как социальные, так и экономические компоненты. Были пересмотрены взгляды на природу многих объектов и признана их дуалистическая социально-экономическая сущность (Maggino, Alaimo, 2022; Schatzki, 2025).

Молодёжный туризм, признаваемый необходимым в контексте академической и трудовой мобильности между странами, но вместе с тем существенно недооцениваемый в Европе в конце XX века (Schoenhammer, 1992; Jobs, Pomfret, 2015), получил научное обоснование в начале XXI столетия. С одной стороны, он был описан с позиции высокой экономической роли для местных сообществ ввиду разнообразных дополнительных трат, осуществляемых молодыми туристами (Horak, Weber, 2000), посещения ими малоизвестных туристских локаций (Reisinger, Mavondo, 2002) и их наибольшей устойчивости среди всех туристских возрастных групп к политическим, экологическим и иным катаклизмам (Hunter-Jones, Jeffs, 2008). С другой стороны, молодёжный туризм был показан как важнейшее социальное явление для общества через его благоприятное воздействие на молодых людей: воспитание и социализация (Richards, 2008), просвещение и расширение кругозора (Irimias, 2023), вовлечение в научную и обществен-

но-полезную (волонтёрскую) деятельность (Han, Meng, 2018; Bora, 2025).

В отчётах Всемирной туристской организации можно чётко проследить, как молодёжный туризм из просто «продукта массового потребления» (Youth Outbound Travel, 2002: 3) в самом начале XXI века превратился в «рынок будущего», «жизненно важный ресурс для инновации и перемен» и «инструмент развития молодёжи всех стран» (The Power of Youth Travel, 2011: 6, 9, 10).

То есть, в европейской науке в настоящее время молодёжный туризм рассматривается как комплексное социально-экономическое явление с всё более усиливающимся акцентом на социальную составляющую.

В России имеет место быть ровно противоположная ситуация. В XX веке в годы существования СССР туризм среди молодёжи преследовал вполне конкретные спортивные (Обручев, 1949; Комовский, 1952) и образовательные (Котельников, 1940) цели, был направлен на «оздоровление трудящихся», «лучшее познание социалистической Родины» и, как отмечал первый секретарь ЦК ЛКСМ Армении С.Б. Багдасарян, «для воспитания патриотизма у нашей молодёжи» (Советский спорт, 1958: 8). Начавшаяся в 1920-ые годы пропаганда массового туризма среди молодёжи привела к тому, что в 1980 году только плановые туристские маршруты приняли 32 миллиона трудящейся и учащейся молодёжи (Советский спорт, 1981: 2).

Однако в XXI веке в Российской Федерации были полностью утрачены ориентиры развития молодёжного туризма (Чувакин, Горбатов, Горбатова, 2022). Переход к рыночной организации экономики сосредоточил понимание туризма исключительно в рамках концепции экономического детерминизма на долгие годы. Только с появлением в России национального проектирования как воплощения систем-

ного подхода в стратегическом планировании молодёжный туризм постепенно стал восприниматься как дуалистическая социально-экономическая категория.

В настоящее время перед Российской Федерацией вновь стоят задачи по возрождению массового молодёжного туризма. Об этом свидетельствуют и межведомственные совещания в Государственной Думе РФ на тему «Детский и молодёжный туризм как инструмент здорового общества в будущем»<sup>1</sup>, и поручения Президента Российской Федерации о включении в национальный проект «Молодёжь и дети» мероприятий по развитию молодёжного туризма, в частности, военно-патриотического характера<sup>2</sup>, и реализация различных проектов, таких как «Больше, чем путешествие» и «Молодёжный и студенческий туризм».

Развитие сферы молодёжного туризма на основе платформенного подхода в Российской Федерации представляет собой закономерный ответ на процессы цифровой трансформации и соответствует ключевым поведенческим паттернам целевой аудитории. Однако анализ современного состояния научного знания позволяет утверждать, что существует лакуна в области исследования применения платформенного подхода к развитию молодёжного туризма. При накоплении значительного опыта в области цифровизации туризма в целом, практически отсутствуют научные работы, в которых рассматривались бы теоретические вопросы разработки цифровых платформ применительно к сектору молодёжного туризма. Можно выделить

только изучение используемых в туризме молодыми людьми цифровых технологий (Замятиной, Збарская, 2021; Сайдова, 2022; Потехина, 2024) и роли молодёжи в процессах цифровизации туризма (Гриненко С.В., 2025).

**Цель исследования (The aim of the work).** Целью настоящего исследования выступает выявление особенностей использования платформенного подхода к развитию молодёжного туризма с учётом его уникальных специфических черт на основе анализа структурных и функциональных характеристик современной платформенной модели в туризме.

**Материалы и методы исследования (Materials and Methods).** Методологической основой исследования был выбран системный подход, который обеспечивает возможность рассмотрения молодёжного туризма как структурированной системы с присущими ей социально-экономическими компонентами и корреляциями между ними. Основу общеначального инструментария исследования составили структурно-функциональный анализ, а также такие классические методы и приёмы, как индукция и дедукция, сравнение и сопоставление, абстрагирование и конкретизация, аналогия, идеализация.

Среди специальных методов исследования следует особенно отметить социологический опрос молодых туристов, методы математической статистики и институциональный анализ. Социологический опрос проводился в марте-сентябре 2025 года среди молодых людей возрастом от 18 до 35 лет в шести городах Российской Федерации: Сочи, Ростов-на-Дону, Иркутск, Владивосток, Новосибирск, Санкт-Петербург. Количество респондентов – 155; анкеты, признанные действительными – 137.

Теоретической базой исследования послужили работы ведущих зарубежных и российских учёных в области специфики потребительского поведения туристской молодёжи, современное законодательство Российской Федерации и стратегические

<sup>1</sup> 17 января в Государственной Думе Российской Федерации прошло межведомственное совещание «Детский и молодежный туризм как инструмент здорового общества в будущем» // Официальный сайт Российского союза Турииндустрии. URL: <https://rst.ru/novosti/novosti-turizma>

<sup>2</sup> В нацпроект «Молодежи и дети» включают военно-патриотические мероприятия // Официальный сайт РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20240806/natsproekt-1964381615.html?ysclid=mhi13wgna3781679175>

документы федерального и регионального уровня, а также Интернет-ресурсы, которые являются цифровыми платформами или обладают признаками таковых.

**Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).** Вначале представим обзор процесса реализации платформенного подхода в сфере туризма в России на сегодняшний день.

Одним из направлений реализации федерального проекта «Повышение доступности туристических продуктов» (завершился 31.12.2024 г.) являлось создание и внедрение цифровых решений. С 2021 года доступен для посещения Национальный туристический портал

(«Russia.travel» или «Путешествуем.рф»). В федеральном проекте представлено 2 показателя, призванных отражать эффективность работы портала: «число посещений» и «количество объектов, маршрутов, услуг и сервисов <...> на портале»<sup>3</sup>. Плановые и реальные значения показателей отражены в табл. 1.

Несмотря на то, что плановые значения по числу посещений выполнены (и даже перевыполнены к 2024 году), можно отметить, что интерес к порталу снизился в 2024 году относительно 2022 года. На основе имеющихся статистических данных выполним расчет и установим помесячную посещаемость портала в 2024 году (табл. 2).

**Плановые и фактические значения показателей функционирования Национального туристического портала**

**Planned and actual values of the performance indicators of the National Tourism Portal**

Показатель	Год			
	2021	2022	2023	2024
Число посещений, млн ед. (план)	2,18	4,20	4,83	5,55
Число посещений, млн ед. (факт)	-	11,03	6,09	>6,10
Количество объектов, маршрутов, услуг и сервисов, тыс. ед.	40,00	45,00	50,00	55,00

Источник: данные ЕМИСС. URL: [fedstat.ru/indicator/61970](http://fedstat.ru/indicator/61970)

**Помесячная посещаемость Национального туристического портала в 2024 году**

**Monthly traffic to the National Tourism Portal in 2024**

Показатель	Месяц					
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Число посещений, млн ед.	0,31	0,19	0,27	0,33	0,67	1,01
Показатель	Месяц					
	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Число посещений, млн ед.	0,66	0,74	0,37	0,91	0,64	-

Источник: авторские расчеты, выполненные на основе данных, полученных на официальном сайте ЕМИСС. URL: [fedstat.ru/indicator/61970](http://fedstat.ru/indicator/61970)

<sup>3</sup> Паспорт федерального проекта «Повышение доступности туристических продуктов» // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: [economy.gov.ru](http://economy.gov.ru)

Наиболее частое посещение портала фиксируется в летние месяцы, особенно в июне, когда число посещений превышает 1 миллион, и в октябре при планировании новогодних праздников.

Оценить степень выполнения второго показателя объективно не представляется возможным, особенно в связи с тем, что в декабре 2023 года на выставке-форуме

«Россия» было объявлено о «соединении потенциала двух Интернет-ресурсов»: национального портала и московской туристской цифровой платформы «RussPass»<sup>4</sup>. Однако можно выявить наполняемость ресурсов и спектр предоставляемых ими возможностей.

На рис. 1 представлена структура Национального туристического портала.



Рис. 1. Структура Национального туристического портала  
Fig. 1. Structure of the National Tourism Portal

Источник: разработан авторами по данным Национального туристического портала.  
URL: <https://xn--b1afab9anqfd9g9c.xn--p1ai/>

<sup>4</sup> Минэкономразвития представило обновленный национальный туристический портал // Официальный сайт новостного портала ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19644605>

Национальный туристический портал предлагает осуществить поиск подходящего маршрута по большому числу критериев: время года (лето, зима, межсезонье или круглый год), тип отдыха (спокойный, активный, семейный, гастрономический), цель отдыха (экологические, научные, промышленные, патриотические и др.). Каждый маршрут сопровождается кратким описанием: как добраться, что посмотреть, где погулять, какие есть фотолокации, где остановиться, где поесть и пр. К середине 2025 года портал предлагал около 200 маршрутов по 49 регионам страны, из которых 169 классифицируются как «на выходные», 34 – «экологические», 66 – «автомобильные», 12 – «инклузивные», 8 – «научные», 17 – «железнодорожные», 11 – «патриотические» и т.д. При этом подавляющее число маршрутов приходится на Южные и Центральные регионы страны. Например, если рассматривать маршруты выходного дня, то в Ярославской области их предложено 9, в Волгоградской области – 4, в Республике Хакасия – 1, в Чувашской республике – 2. На сегодняшний день портал явно недостаточно наполнен.

С целью верификации контента описаний маршрутов Национального туристического портала на соответствие запросам и языковым паттернам молодёжи был применён метод анкетного опроса, в котором приняло участие 155 респондентов возрастом от 18 до 35 лет из 6 городов России: Сочи, Ростов-на-Дону, Иркутск, Владивосток, Новосибирск, Санкт-Петербург. Опрос проводился с применением комбинированной стратегии сбора информации: часть респондентов была опрошена в ходе очного анкетирования, другая часть – при помощи онлайн-анкетирования. Некоторые анкеты в ходе проверки были отбракованы, в связи с чем полученные выводы основаны на анализе 137 анкет. Опрашиваемым предварительно предлагалось ознакомиться с содержанием портала, а затем по 10-балльной шкале оценить информационную наполняемость маршрутов, которая была разделена на несколько блоков.

Результаты оценки респондентами информационной наполняемости маршрутов на Национальном туристическом портале представлены в табл. 3.

Таблица 3

*Оценка молодыми туристами описательной части маршрутов на Национальном туристическом портале*

*Table 3*

*Young tourists' evaluation of the route descriptions on the National Tourism Portal*

Наименование блока	Оценка	Достоинства и недостатки
«Как добраться?»	3,4/10	– слишком кратко и без подробностей; – только из отдельно взятых городов (Москва, СПб).
«Что посмотреть?»	6,3/10	– красивые фотографии; оригинальное описание; – слишком обобщенная информация; – время работы и цены не соответствуют; – банальный перечень достопримечательностей.
«Где погулять?»	6,5/10	– красивые фотографии; оригинальное описание; – слишком обобщенная информация; – мало вариантов; – вопросы к расположению троп/экомаршрутов.
«Фотолокации»	8,1/10	– красивые места; описание расположения; – мало вариантов; не к каждому маршруту.
«Где остановиться?»	5,5/10	– слишком обобщенная информация; – мало вариантов.
«Где поесть?»	5,2/10	– слишком обобщенная информация; – мало вариантов.

Источник: составлено авторами на основе результатов авторского социологического опроса

Можно говорить о том, что в настоещее время Национальный туристический портал представляет собой слабо наполненный ресурс с возможностью получения наиболее общей информации об отдельно взятых маршрутах в ограниченном круге регионов. Его положительная черты – это визуальная часть и оригинальность описания маршрутов. В случае, если посетитель выбирает конкретно взятый регион или его достопримечательность, совершается переход на другую платформу «Russpass».

Не ставя целью подробно разбирать туристскую платформу «Russpass»<sup>5</sup>, отметим лишь следующие её черты:

- малое число готовых турпродуктов, большая часть из которых проходит по регионам Центральной и Южной части России;
- отсутствие информационных связей с мероприятиями, проводимыми в рамках реализации национальных проектов;
- приоритет городских пешеходных маршрутов при отсутствии экологических;
- высокая наполняемость информацией туристских городов (Москва, Сочи, Анапа, Новосибирск и т.д.) при низкой наполняемости других городов;
- отсутствие четкой типологизации маршрутов;
- неполнота информации о предоставляемых услугах, невозможность получения дополнительных сведений, невозможность бронирования многих услуг;
- отсутствие ориентированности на потребности молодёжи в туризме.

Последний недостаток носит универсальный характер и присущ подавляющему числу исследуемых цифровых платформ. В настоещее время существует расхождованность между декларируемыми целями развития молодёжного туризма и функциональными задачами, реализуемыми современными цифровыми туристскими платформами.

<sup>5</sup> Официальный сайт туристической платформы «RUSSPASS». URL: russpass.ru

В связи с выявленными противоречиями, сформируем облик цифровой платформы молодёжного туризма (ЦПМТ), основанный на определении её концептуальных основ: целевых ориентиров, ключевых функций, архитектурных принципов.

Цель цифровой платформы молодёжного туризма (ЦПМТ) – повышение доступности и стимулирование спроса на туристские услуги для молодежи за счет совершенствования взаимодействия между всеми участниками.

Задачи цифровой платформы молодёжного туризма:

- объединение всей информации по молодежному туризму на едином веб-сайте и/или приложении;
- объединение всех участников рынка молодежного туризма в единой цифровой системе;
- продвижение социально значимого для молодежи туристского продукта, а именно такого, который отвечает национальным целям в части поддержки и развития молодого поколения страны: духовно-нравственного и культурно-образовательного;
- обеспечение заинтересованности и вовлечение молодежи всех возрастов от 18 до 35 лет.

Таким образом, концептуальная идея цифровой платформы молодежного туризма заключается в привлечении внимания современной молодежи любого возраста к социально значимым туристским услугам при помощи создания системы интересных и удобных для молодого поколения процессов получения готового или формирования самостоятельного туристского продукта на основе платформенного подхода.

ЦПМТ состоит из 4 системообразующих составляющих (рис. 2):

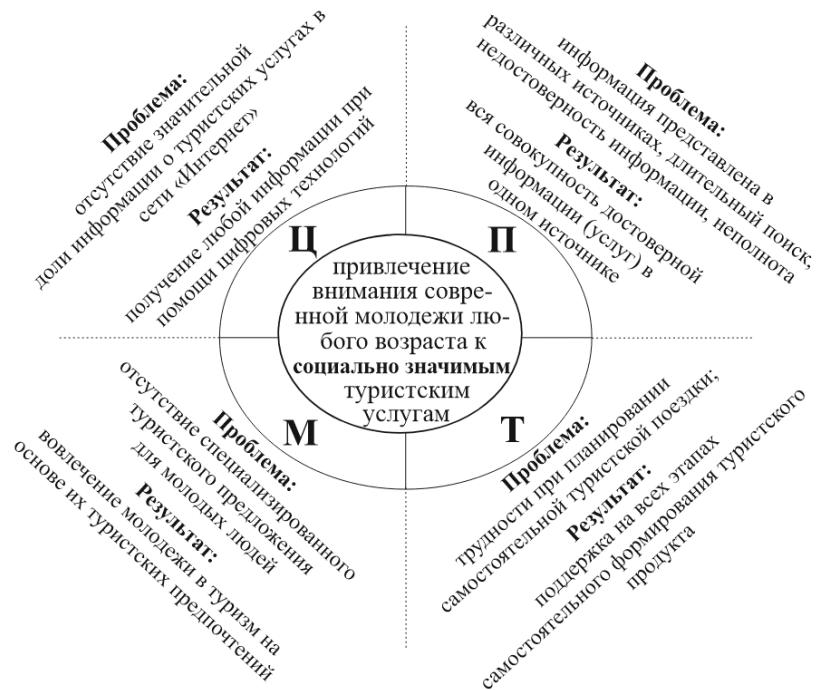
- Ц – цифровая: возможность получения любой интересующей информации при помощи цифровых технологий (национальная цель – «цифровая экономика»);
- П – платформа: сосредоточение всей необходимой информации, всего набора услуг, поддерживаемых достаточ-

ным функционалом, в едином виртуальном пространстве;

– М – молодежная: применение специализированных технологий, практик, средств, учитывающих специфическое отношение молодежи к туризму как к приключению, способу самореализации и самоидентификации, формирование предло-

жения в соответствии с туристскими предпочтениями молодых людей;

– Т – туристская: охват всех стандартных этапов самостоятельного формирования туристского продукта и дополнение новыми; получение вариантов готовых туристских продуктов по индивидуальным предпочтениям и рекомендациям.



**Рис. 2. Системообразующие элементы цифровой платформы молодёжного туризма**

**Fig. 2. System-forming elements of the digital platform for youth tourism**

Источник: разработано авторами

Главное отличие ЦПМТ от существующих платформоподобных систем – это ориентация на потребности, интересы и нужды молодого поколения страны.

С позиций государства и общества, туризм для молодежи должен иметь социальную направленность: расширение кругозора, культурное просвещение, вовлечение в науку, патриотическое воспитание, популяризация активного образа жизни и спорта и т.д. Однако мировосприятие мо-

лодых людей таково, что каждая туристская поездка воспринимается ими как приключение; туризм для молодежи – форма приключения. Эти концептуальные особенности определяют сущность молодежной туристской платформы как системы, что проиллюстрировано на рис. 3.

Только при одновременной реализации интересов государства и молодежи ЦПМТ сможет эффективно функционировать и выполнять свои задачи (табл. 4).



**Рис. 3. Специализированность цифровой платформы молодежного туризма**  
**Fig. 3. Specialization of the digital platform for youth tourism**

Источник: разработано авторами

**Таблица 4**

**Реализация интересов государства и молодежи через ЦПМТ**

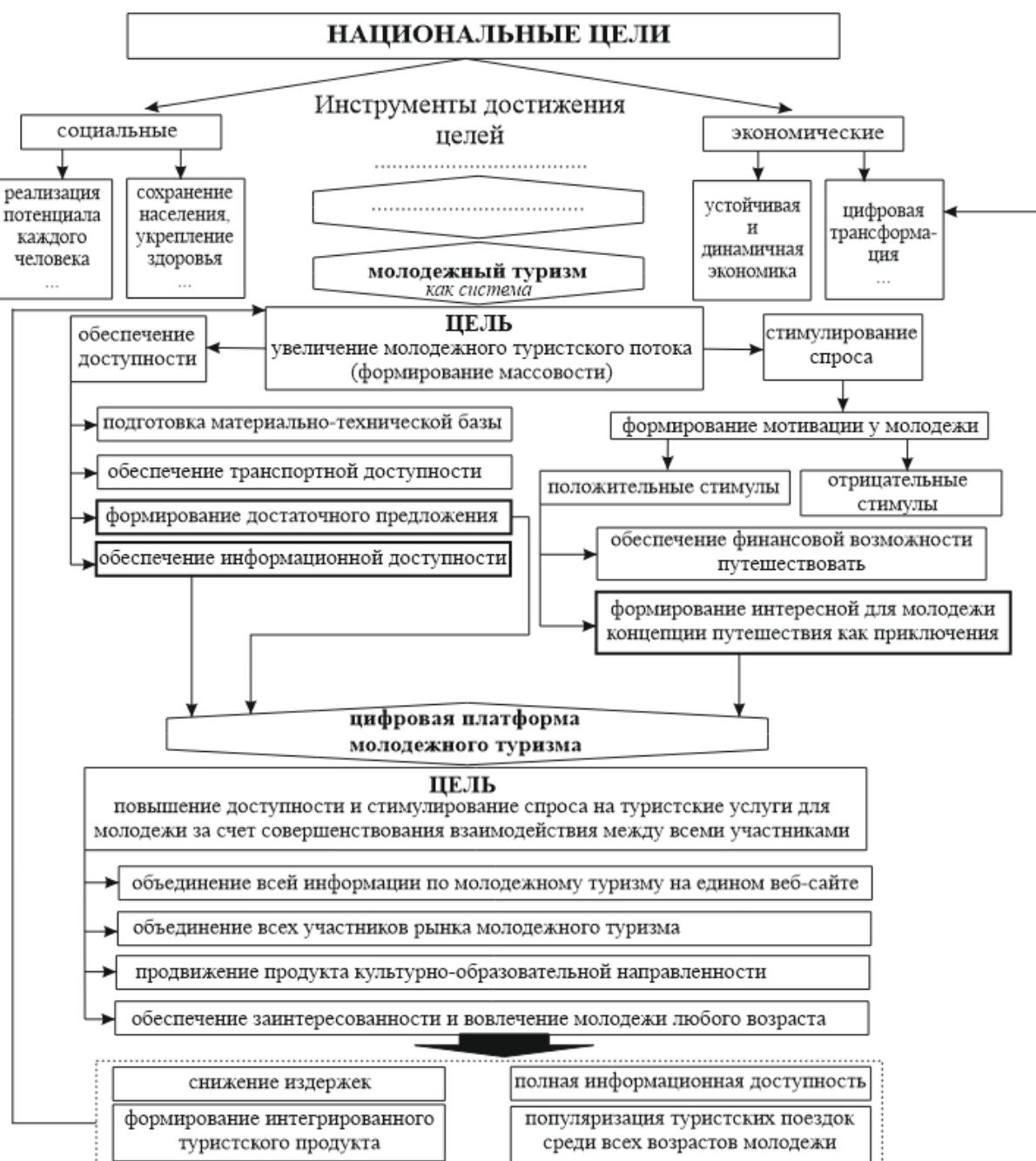
**Table 4**

**Fulfilling the interests of the state and youth through a digital youth tourism platform**

Страна	Реализация интересов
Государство	<ul style="list-style-type: none"> <li>– большое разнообразие готовых маршрутов социальной направленности;</li> <li>– продвижение маршрутов социальной направленности популярными блогерами;</li> <li>– при самостоятельном выборе маршрута рекомендации системы к посещению культурных, исторических, патриотических объектов показа;</li> <li>– особые условия, скидки, льготы, акции при выборе маршрутов социальной направленности;</li> <li>– уведомления и оповещения о государственных программах и мероприятиях;</li> <li>– связь маршрутов (объектов показа) социальной направленности с историческими, литературными, политическими деятелями.</li> </ul>
Молодежь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– насыщенное визуальное оформление, красивые фотографии, удобный интерфейс;</li> <li>– 3-D туры, обзоры, экскурсии;</li> <li>– специализированные средства размещения, питания, места развлечений;</li> <li>– вовлеченность в каждый этап планирования путешествия, высокая степень самостоятельности;</li> <li>– нестандартное, интересное предложение: квесты, игры, мало популярные места;</li> <li>– встречи молодых туристов в различных городах;</li> <li>– рейтинги, награды;</li> <li>– возможность продвигать авторские маршруты, писать статьи, общаться с другими туристами (форум, онлайн-чат, совместное планирование путешествий).</li> </ul>

Источник: разработано авторами

Цифровая платформа молодёжного туризма представляет собой не только инструмент минимизации трансакционных издержек в рамках классической экономической модели, но и многофункциональный механизм, направленный на достижение стратегических национальных приоритетов в экономической и социальной сферах. Модель взаимовлияния цифровой платформы молодёжного туризма и ключевых национальных целей представлена на рисунке 4.



*Рис. 4. Модель взаимовлияния цифровой платформы молодёжного туризма и ключевых национальных целей*

*Fig. 4. A model of the interaction between a digital youth tourism platform and key national goals*

Источник: разработано авторами

**Заключение (Conclusions).** Одной из тенденций в современной российской экономике является платформизация, затрагивающая все отрасли, включая и туристско-рекреационную. Происходит поэтапный переход от традиционных линейных цепочек создания стоимости к сетевентрическим структурам, организованным вокруг цифровых платформ. Однако в настоящее время их развитие осуществляется в рамках сугубо экономической парадигмы, потенциал туристских цифровых платформ как инструмента решения социальных задач практически не реализован.

Тем не менее платформенный подход является одним из важнейших элементов в построении эффективной модели достижения национальных целей через комплексную реализацию социально-экономических задач молодёжного туризма. Цифровая платформа молодёжного туризма может выступить средством вовлечения молодого поколения в социально значимые виды туризма культурно-образовательной и духовно-нравственной направленности при формировании специализированной цифровой архитектуры, направленной на удовлетворение туристских потребностей молодёжи.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interests to declare.

#### Список литературы

В дорогу, туристы! // Советский спорт. 1958. № 262. С. 8.

Гриненко С.В. Цифровая трансформация туризма в условиях санкционных ограничений – фактор экономического роста // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм, 2025. № 26. С. 29-36.

Замятина Н.А., Збарская А.В. Молодёжные инициативы в туризме в эпоху цифровизации и пандемии // Вестник университета. 2021. № 2. С. 21-29.

Комовский А.Г. Спутник юного туриста / М.: Учпедгиз, 1952. – 91 с.

Котельников Б.Б. Спутник туриста / М: Физкультура и Спорт, 1940. – 636 с.

Обручев С.В. Справочник путешественника и краеведа. Том I / М.: Государственное издательство географической литературы, 1949. – 561 с.

Потехина Д.С. Применение цифровых технологий в формировании туристского продукта для молодежи // Архивы и историческая наука: механизмы взаимодействия : материалы III Уральского историко-архивного форума (Екатеринбург, 18-19 октября 2024 г.). Екатеринбург : Издательство Уральского университета. 2024. С. 652-658.

Сайдова Л.И. Цифровая молодежь и роль экологического туризма в преодолении рисков ее социализации // Вестник Южно-российского государственного технического университета. Серия: социально-экономические науки. 2022. № 6. С. 141-148.

Туризм для всех // Советский спорт. 1981. № 77. С. 2.

Bora, R. and Rout, H. (2025), “Travel to serve: mapping the landscape of volunteer tourism scholarship”, *Tourism and hospitality research*, [Online], available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14673584251392886> (Accessed 10.11.2025).

Han, H. and Meng, B. (2019), “International volunteer tourism and youth travelers – an emerging tourism trend”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36, pp. 549-562.

Horak, S. and Weber, S. (2000), “Youth tourism in Europe: problems and prospects”, *Tourism recreation research*, 25, pp. 37-44.

Hunter-Jones, P. and Jeffs, A. (2008), “Backpacking your way into crisis: an exploratory study into perceived risk and tourist behavior among young people”, *Journal of travel & tourism marketing*, 23, pp. 237-247.

Irimias, A. (2023), *The youth tourist: motives, experiences and travel behavior (The tourist experience*, Emerald publishing limited, Bingley, UK.

Jobs, R. and Pomfret, D. (2016), *Transnational histories of youth in the twentieth century*, Springer, Cham, Switzerland.

Maggino, F. and Alaimo, L. (2022), “Measuring complex socio-economic phenomena. conceptual and methodological issues”, *Interdisciplinary approaches to climate change for sustainable growth*, Springer, Cham, Switzerland.

Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2002), "Determinants of youth travel markets' perceptions of tourism destinations", *Tourism analysis*, 7, pp. 55-66.

Richards, G. (2008), *Youth travel matters: understanding the global phenomenon of youth travel*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.

Schatzki, T. R. (2025), "The changing forms of social phenomena today", *Philosophy. Technology*, 38, pp. 1-22.

Schoenhammer, R. (1992), "Youth tourism as appropriation of the world: a psychological perspective", *Phenomenology + pedagogy*, 10, pp. 19-27.

*The power of youth travel* (2011), UNWTO-WYSE, Madrid, Spain, URL: <https://www.untourism.int/archive/middle-east/publication/power-youth-travel> (Accessed 12.10.2025).

*Youth outbound travel of the Germans, the British & the French* (2002), WTO, Madrid, Spain.

## References

Bora, R. and Rout, H. (2025), "Travel to serve: mapping the landscape of volunteer tourism scholarship", *Tourism and hospitality research*, [online], available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14673584251392886> (Accessed 10.11.2025).

Grinenko, S. V. (2025), "Tsifrovaya transformatsiya turizma v usloviyah sanktsionnyh ograniceny – faktor ekonomicheskogo rosta" ["Digital transformation of tourism in the context of sanctions restrictions – a factor in economic growth"], *Professorsky zhurnal. Seriya: Rekreatsiya i turizm* [Professor's Journal. Series: Recreation and Tourism], 26, pp. 29-36. (In Russ).

Han, H. and Meng, B. (2019), "International volunteer tourism and youth travelers – an emerging tourism trend", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36, pp. 549-562.

"Hit the Road, Tourists!" (1958), *Sovetskij sport* [Soviet Sport], 262, 8. (In Russ).

Horak, S. and Weber, S. (2000), "Youth tourism in Europe: problems and prospects", *Tourism recreation research*, 25, pp. 37-44.

Hunter-Jones, P. and Jeffs, A. (2008), "Backpacking your way into crisis: an exploratory study into perceived risk and tourist behavior among young people", *Journal of travel & tourism marketing*, 23, pp. 237-247.

Irimias, A. (2023), *The youth tourist: motives, experiences and travel behavior (The tourist experience)*, Emerald publishing limited, Bingley, UK.

Jobs, R. and Pomfret, D. (2016), *Transnational histories of youth in the twentieth century*, Springer, Cham, Switzerland.

Komovsky, A. G. (1952), *Sputnik yunogo turista* [A Young Tourist's Companion], Uchpedgiz, Moscow, Russia. (In Russ).

Kotelnikov, B. B. (1940), *Sputnik turista* [A Tourist's Companion], Physical Culture and Sport, Moscow, Russia. (In Russ).

Maggino, F. and Alaimo, L. (2022), "Measuring complex socio-economic phenomena. conceptual and methodological issues", *Interdisciplinary approaches to climate change for sustainable growth*, Springer, Cham, Switzerland.

Obruchev, S. V. (1949), *Spravochnik puteshestvennika i kraeveda* [A traveler's and local history handbook], State publishing house of geographical literature, Moscow, Russia. (In Russ).

Potekhina, D. S. (2024), "Primenenie tsifrovyyh tekhnologij v formirovani turistskogo produkta dlya molodezhi" ["The Use of Digital Technologies in the Development of a Tourism Product for Young People"], *Arhivy i istoricheskaya nauka: mekhanizmy vzaimodejstviya: materialy III Ural'skogo istoriko-arhivnogo foruma* [Archives and Historical Science: Interaction Mechanisms: Proceedings of the III Ural Historical and Archival Forum], Ural University Publishing House, Yekaterinburg, Russia, pp. 652-658. (In Russ).

Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2002), "Determinants of youth travel markets' perceptions of tourism destinations", *Tourism analysis*, 7, pp. 55-66.

Richards, G. (2008), *Youth travel matters: understanding the global phenomenon of youth travel*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.

Saidova, L. I. (2022), "Tsifrovaya molodezh i rol ekologicheskogo turizma v preodolenii riskov ee sotsializatsii" ["Digital youth and the role of ecotourism in overcoming the risks of their socialization"], *Vestnik Yuzhno-rossiyskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: sotsialno-ekonomiceskie nauki* [Bulletin of the South-Russian State Technical University. Series: Social and Economic Sciences], 6, pp. 141-148. (In Russ).

Schatzki, T. R. (2025), "The changing forms of social phenomena today", *Philosophy. Technology*, 38, pp. 1-22.

Schoenhammer, R. (1992), "Youth tourism as appropriation of the world: a psychological perspective", *Phenomenology + pedagogy*, 10, pp. 19-27.

*The power of youth travel* (2011), UN-WTO-WYSE, Madrid, Spain, [Online], available at: <https://www.untourism.int/archive/middle-east/publication/power-youth-travel> (Accessed 12 October 2025).

"Tourism for all" (1981), *Sovetsky sport [Soviet Sport]*, 77, p. 2. (In Russ).

*Youth outbound travel of the Germans, the British & the French* (2002), WTO, Madrid, Spain.

Zamyatina, N. A. and Zbarskaya, A. V. (2021), "Molodyozhnye initsiativy v turizme v epokhu tsifrovizatsii i pandemii" ["Youth Initiatives in Tourism in the Age of Digitalization and the Pandemic"], *Vestnik universiteta [University Bulletin]*, 2, pp. 21-29.

### Данные об авторах

**Чуваткин Пётр Петрович**, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник лаборатории экономики и управления туризмом Института пространственного развития регионов

**Горбатов Святослав Александрович**, кандидат экономических наук, научный сотрудник лаборатории экономики и управления туризмом Института пространственного развития регионов

### Information about the authors

**Petr P. Chuvatkin**, Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher, Laboratory of Tourism Economics and Management, Institute of Spatial Development of Regions

**Svyatoslav A. Gorbatov**, Candidate of Economics, Researcher, Laboratory of Tourism Economics and Management, Institute of Spatial Development of Regions