***Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е.***

**Туризм третьего возраста: предпочтения, требования, ограничения[[1]](#footnote-1)\***

*Шерешева Марина Юрьевна* — доктор экономических наук, профессор, экономический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: m.sheresheva@mail.ru

SPIN-код РИНЦ: [8538-7274](http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=73948)

*Полянская Елена Евгеньевна* — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, экономический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: [el.polyanskaya@mail.ru](http://mail.spa.msu.ru/owa/redir.aspx?C=YP45ZtUVHkCOYXFRyeOa8RhcoAYbotRI5bWFKTLUFI-ICkZAFtQ2kR2ALgy0dks65PtTVC6lzmg.&URL=mailto%3ael.polyanskaya%40mail.ru)

SPIN-код РИНЦ: [7935-8724](http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=717896)

**Аннотация**

Статья посвящена рассмотрению перспектив развития туризма для людей старшего возраста. Показано, что быстрое развитие этого сегмента является одной из устойчивых тенденций на современных туристических рынках и связано с изменениями, происходящими в современном глобальном обществе, прежде всего, со старением населения. Показаны основные потребности и предпочтения российских пожилых людей в туристических услугах. Определены ограничения, связанные с особенностями данной возрастной группы. Показано, что в России данный сегмент менее развит, чем в странах Западной Европы и США, однако существует относительно высокий спрос на поездки, прежде всего на туры внутри страны. Отмечено, что потребности туристов старшего возраста разнообразны. В то же время, существуют явные предпочтения, такие как культурный и оздоровительный туризм. Сделан вывод, что создание специальных туристических продуктов для людей старшего возраста может представлять серьезный интерес для компаний, которые занимаются туристическими услугами, помогает существенно увеличить долю данного сегмента туристского рынка, бороться с сезонностью, более точно варьировать качество объектов размещения. Подчеркнуто, что туризм третьего возраста имеет особую социальную значимость, поэтому государство должно активнее участвовать в создании благоприятных условий для его развития.

**Ключевые слова**

Туризм, концепция активного старения, потребительское поведение, потребители старших возрастов, туризм третьего возраста, ценностное предложение, Россия.

Отмечаемый во всем мире рост населения старших возрастных групп вызывает повышенное внимание к проблемам лиц этой категории. По данным ООН, в настоящее время в экономически развитых странах мира доля людей старше 60 лет составляет примерно 22–24% от общей численности населения и продолжает возрастать. По оценкам ООН, к 2025 году каждый шестой житель планеты будет старше 50 лет, а к 2055 — старше 65 лет[[2]](#footnote-2).

В этой связи растет число исследований, посвященных проблематике активного старения (*Active ageing*)[[3]](#footnote-3), разрабатываются программы и стратегии по формированию условий для повышения качества жизни людей старшего возраста. В частности, Европейская экономическая комиссия (ЕЭК) ООН по вопросам старения ориентируется в своей работе на реализацию таких стратегий, как обеспечение полноценной интеграции и участие пожилых людей в жизни общества; обеспечение реагирования рынков труда на экономические и социальные последствия старения населения; стремление к обеспечению качества жизни в любом возрасте и поддержание самостоятельной жизни, включая здоровье и благополучие[[4]](#footnote-4).Разработан *Индекс активного долголетия*[[5]](#footnote-5), который рассчитывается по 22 показателям для 28 стран, входящих в состав Евросоюза[[6]](#footnote-6), и показывает степень реализации потенциала пожилых людей, их участия в социальной и экономической жизни общества, способность к самостоятельной независимой жизни.

В России число лиц старшего поколения также весьма велико. По данным Пенсионного фонда России, уже в 2012 году число пожилых людей в стране превысило число молодых (до 16 лет) и составило более 40,6 млн человек[[7]](#footnote-7). По данным *Global Age Watch Index 2015*[[8]](#footnote-8), почти 29 млн россиян достигли возраста старше 60 лет. Только за последние 10 лет, по данным Росстата, доля лиц старшего возраста (50 и более лет) в общей численности населения возросла с 31% до 35% и составила к 2016 году свыше 51 млн человек (см. Таблицу 1). В ближайшие годы страну ожидает дальнейшее увеличение доли населения пенсионного возраста.

**Таблица 1. Распределение населения старшего возраста в 2007–2016[[9]](#footnote-9)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** |
| Все население, тыс. чел  | 142 863 | 142 748 | 142 737 | 142 857 | 142 865 | 143 056 | 143 347 | 143 667 | 146 267 | 146 545 |
| в том числе возраста 50 и более лет, тыс. чел. | 44 636 | 45 350 | 46 062 | 47 549 | 47 686 | 48 431 | 49 060 | 49 623 | 50 895 | 51 243 |
| % | 31% | 32% | 32% | 33% | 33% | 34% | 34% | 35% | 35% | 35% |
| из них: 50–54 | 10 887 | 11 037 | 11 272 | 11 483 | 11 509 | 11 560 | 11 436 | 11 184 | 10 957 | 10 356 |
| 55–59 | 9 164 | 9 501 | 9 755 | 10 022 | 10 063 | 10 215 | 10 382 | 10 634 | 10 873 | 11 093 |
| 60–64 | 4 408 | 5 014 | 5 916 | 7 832 | 7 982 | 8 380 | 8 690 | 8 949 | 9 260 | 9 445 |
|  65–69 | 7 572 | 6 687 | 5 565 | 4 002 | 3 913 | 3 896 | 4 453 | 5 269 | 6 428 | 7 263 |
| 70 и более | 12 605 | 13 111 | 13 554 | 14 210 | 14 219 | 14 380 | 14 099 | 13 587 | 13 377 | 13 086 |

Увеличивается число россиян предпенсионного возраста (от 50 лет), а также население старше трудоспособного возраста — мужчин от 60 лет и женщин от 55 лет (см. Таблицу 2). Это оказывает значительное влияние на социально-экономические процессы, происходящие в стране.

**Таблица 2. Численность и доля лиц в возрасте старше трудоспособного в численности населения РФ, 2007–2016 (на начало года)[[10]](#footnote-10)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015\*** | **2016\*\*** |
| Все население, тыс. чел. | 142 862,7 | 142 747,5 | 142 737,2 | 142 833,5 | 142 865,4 | 143 056,4 | 143 347,1 | 143 666,9 | 146 267,3 | 146 544,7 |
| В том числе в возрасте старше трудоспособного, тыс. чел. | 29 732,4 | 30 160,8 | 30 540,9 | 31 186,1 | 31 808,9 | 32 433,5 | 33 099,6 | 33 788,6 | 35 163,4 | 35 986,3 |
| Доля в % | 20,8 | 21,1 | 21,4 | 21,8 | 22,3 | 22,7 | 23,1 | 23,5 | 24,0 | 24,6 |

\* Начиная с 2015 года с учетом сведений по Республике Крым и г. Севастополю.

\*\* Предварительные данные.

По прогнозам экспертов, число и доля лиц старших возрастов в России в последующие годы продолжит расти[[11]](#footnote-11), что ставит новые задачи по обеспечению качества жизни этой категории граждан. С целью анализа потенциала лиц старшего возраста, изучения их социальной и трудовой активности, формирования здорового образа жизни, изучения жизненных стратегий и социальных практик активного долголетия в 2015 году было проведено комплексное социологическое исследование «Жизненные стратегии и социальные практики активного долголетия людей»[[12]](#footnote-12), в 2016 году — исследование «Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста (категория 50+): потребности, удовлетворенность, модели потребительского поведения, взаимодействие с бизнесом и органами власти»[[13]](#footnote-13).

Особый интерес представляет изучение возможностей, возникающих в связи с изменившейся ролью людей третьего возраста, которые становятся более активными и включаются в процессы формирования человеческого капитала страны. При этом весьма важными остаются вопросы сохранения активности граждан, как трудовой, так и социальной.

Одним из направлений поддержания активного и здорового образа жизни лиц третьего возраста является туризм. Глобальные демографические тенденции способствуют тому, что в последние годы в разных странах отмечается существенное увеличение доли лиц старшего возраста и пожилых людей, осуществляющих туристические поездки. Расширение спроса со стороны туристов пенсионного возраста носит достаточно устойчивый характер, доля пожилых туристов ежегодно увеличивается. Как показывает практика многих стран, данный вид туризма приносит весьма ощутимую отдачу. Это самый быстрорастущий и перспективный сегмент рынка в европейском и североамериканском турбизнесе.

Так, в Европе туристский поток пенсионеров с 2005 по 2010 годы увеличился на 17%.По оценке экспертов, на долю европейцев третьего возраста приходится более 25% всех заграничных поездок[[14]](#footnote-14). В Италии, по данным итальянского информационного агентства *ANSA*[[15]](#footnote-15), число приезжающих на отдых пожилых туристов ежегодно увеличивается на 15%[[16]](#footnote-16). Согласно данным Министерства культуры и туризма Турции, если в 2010 году в стране отдохнуло 1,8 млн туристов возраста 65+, то через три года число таких туристов составило уже около 4,2 млн человек[[17]](#footnote-17).

Следует отметить, что большую роль в увеличении туристских потоков лиц третьего возраста играет то, что во многих странах эти поездки совершаются в основном за счет фондов социальной поддержки, так как законодательство зарубежных стран содержит специальные положения, касающиеся туристской составляющей. Во многих странах мира в настоящее время реализуются специальные программы, направленные на расширение возможностей старшего поколения к туристическим поездкам: государства предоставляют им определенные скидки, организуются льготные поездки, и т. д. Так, Федеральное министерство Германии по делам семьи, пожилых граждан, женщин и молодежи реализует специальный проект «Туризм для тех, кому за 50» в рамках стратегии «Старость как экономический фактор», направленной на повышение качества жизни пожилых граждан[[18]](#footnote-18). Как результат, в Германии примерно 70% граждан старше 60 лет являются активными путешественниками[[19]](#footnote-19).

Представители бизнеса, работающие в сфере услуг туризма и гостеприимства на зарубежных рынках, также успели оценить преимущества работы с данной целевой аудиторией. Прежде всего, лица третьего возраста, как правило, не имеют временных и сезонных ограничений для осуществления поездки.Старшее поколение, выйдя на пенсию, готово и, что немаловажно, в большинстве случаев имеет возможность тратить на путешествия значительно больше времени, чем работающие туристы. Более 50% пожилых предпочитают двухнедельные туры, а около 20% — трехнедельные[[20]](#footnote-20). Это позволяет туроператорам поддерживать спрос и организовывать поездки в течение всего года, что значительно снижает их убытки в «мертвый» сезон. Путешествия в низкий сезон или по «горящей» путевке позволяют пенсионерам экономить до 75% от обычных цен, что дает возможность лицам преклонного возраста путешествовать достаточно часто[[21]](#footnote-21). Гостиницы также решают проблему загрузки в невысокий сезон за счет этих туристов, которые, в свою очередь, получают значительные скидки. Операторов гостиниц к тому же устраивает умеренное и тихое поведение большинства туристов старшего возраста. При этом туристов старшего возраста из развитых стран не случайно называют «серебряными»: игра слов напоминает одновременно и о «благородной седине», и о том, что «серебряные потребители» готовы достаточно много тратить. Так, согласно данным за 2013 год, на курортах Турции туристы категории 65+ оставили 4,8 млрд долларов[[22]](#footnote-22).

Характерно, что интересы туристов данной возрастной категории настолько разнообразны, что без проведения специальных исследований не всегда возможно выделить определенные комплексы для организации отдельных видов туров. Поэтому туристические организации весьма заинтересованы в изучении потребностей и предпочтений клиентов старшего возраста.

Пожилые люди по-разному воспринимают различные виды туристического отдыха. Исследования показывают, что в целом в большинстве случаев представители третьего возраста предпочитают курортный (рекреационный, пляжный), культурно-познавательный и экскурсионный туризм с посещением музеев, архитектурных памятников, достопримечательностей с богатой историей и т. п.

Как отмечают эксперты, европейские туристы старшего возраста все чаще предпочитают круизы и экскурсии. В последние годы у лиц старшего возраста большой популярностью пользуются такие виды туризма, как событийный, связанный с посещением каких-то конкретных мероприятий, ностальгический, экологический и некоторые другие (религиозный, миссионерский и пр.). У более молодых представителей старшей группы туристов достаточно популярен спортивный и приключенческий туризм. В то же время, лечебно-оздоровительный (медицинский) туризм, вопреки стандартным представлениям об отдыхе пенсионеров, у европейских туристов старшего возраста оказался в конце рейтинга[[23]](#footnote-23).

Говоря о предпочтениях туристов, необходимо упомянуть о социологическом опросе населения, проведенном английской турфирмой «Ланн Поли», результаты которого получили широкое распространение в литературе и используются до настоящего времени в виде таблицы приоритетов (предпочтений) туристских услуг (Таблица 4).

**Таблица 4. Туристские приоритеты разных возрастных групп населения[[24]](#footnote-24)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Значимость предпочтения для туристов (место)** | **Молодые одинокие люди** | **Молодые супружеские пары** | **Семейные пары** | **Возрастная группа от 45 до 64 лет** | **Пенсионеры 65 лет и старше** |
| 1 | Посещение баров, клубов и дискотек | Пассивный отдых | Отдых с семьей | Экскурсии | Экскурсии |
| 2 | Солнечные ванны | Вкусная еда | Пассивный отдых | Пассивный отдых | Поездки на природу |
| 3 | Экскурсии | Экскурсии | Экскурсии | Поездки на природу | Вкусная еда |
| 4 | Пассивный отдых | Отдых с семьей | Солнечные ванны | Вкусная еда | Пассивный отдых |
| 5 | Поездки на природу | Солнечные ванны | Вкусная еда | Солнечные ванны | Отдых с близкими и другими |

Однако следует учитывать, что исследование, по результатам которого составлена данная таблица, было проведено еще в 2001 году, то есть 16 лет назад. В целом такое деление правильно, так как представители разных возрастных и социальных групп туристов имеют разные предпочтения и в настоящее время. Однако за прошедшие годы изменились и сами туристы, относящиеся к той или иной группе, и их предпочтения.

Глобальное исследование, проведенное в 2013 году *InterContinental Hotels Group (IHG)* с целью определения основных потребностей и предпочтений туристов, в котором приняли участие 7 000 туристов из различных стран мира, показало, что главным приоритетом является учёт индивидуальных потребностей каждого путешественника[[25]](#footnote-25). Понятие «персональный подход» определяется туристами по-разному, в зависимости от страны проживания и возраста. У туристов третьего возраста есть свои особые требования как к самому отдыху, так и к предоставляемым услугам. Эти туристы требуют определенных условий размещения, персонального внимания со стороны обслуживающего персонала, в ряде случаев необходимо обеспечение возможности получения квалифицированной медицинской помощи и др. Безусловно, требования зависят от возраста туристов, однако в гораздо большей степени от их характера и предпочтений.

В России туризм для лиц старшего возраста долгое время не рассматривался как самостоятельное направление и потому находится сейчас в самом начале своего становления. В России до последнего времени в туристическом бизнесе не существовало отдельной ниши для клиентов возраста 50+. Туристические организации специально не занимаются проблемами организации отдыха для старшего поколения, хотя потребность в этом назрела. Российские туристы третьего возраста, в отличие от «серебряных туристов» развитых стран, практически не получают поддержки от государства и могут рассчитывать только на свои силы или на поддержку родственников. Поэтому они путешествуют достаточно редко: по оценкам экспертов, туристы старших возрастных категорий составляют в России не более 10–15% от общего числа туристов.

Ситуация стала выправляться только в последние несколько лет. Во многом это связано с возникновением в начале текущего десятилетия ряда гражданских инициатив общероссийского уровня, стремящихся изменить общественные стереотипы в отношении людей зрелого и старшего возраста, объединить усилия государства, общества и бизнеса по формированию условий для активного долголетия жителей России[[26]](#footnote-26).

В 2016 году была принята Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года[[27]](#footnote-27). В качестве одной из основных задач Стратегии на предстоящие годы определено повышение доступности туристских услуг для граждан старшего поколения. Это предполагает решение таких задач, как разработка и реализация программ социального туризма, стимулирование и поддержка организаций, которые предоставляют туристские услуги гражданам старшего поколения, повышение их информированности о туристских продуктах.

Создание условий для улучшения качества жизни россиян предусмотрено и в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации». Реализация Программы позволит решить ряд важных социальных задач, связанных с удовлетворением потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, обеспечением доступности отдыха и рекреации для широких слоев населения, укреплением их здоровья и приобщением к культурным ценностям[[28]](#footnote-28).

Развитие туризма идет по нескольким направлениям — в регионах, по видам и программам туризма, по развитию туризма для различных групп населения. Каждое из этих направлений вносит свой вклад в развитие туристической отрасли и повышения отдачи от нее.

Комплексные наблюдения Росстата, проведенные в 2011 и 2014 годах, показали, что число лиц старше трудоспособного возраста, которые совершали в течение года туристические и экскурсионные поездки в России, в 2014 году увеличилось по сравнению с 2011 годом примерно на 25% (Таблица 3).

Сходные данные были получены в ходе социологического обследования, проведенного в Центральном федеральном округе в 2015 году. Было выявлено, что отдыхали в общей сложности примерно 23% населения старших возрастов, при этом менее 18% выезжали за пределы своих регионов (в другие регионы России, в страны СНГ и за границу); еще примерно 5% лиц этой возрастной категории выезжали в дома отдыха, либо санатории в своем регионе. Подавляющее же число лиц третьего возраста никуда не выезжало. При этом наибольшая активность была отмечена в более молодых возрастных группах и у работающих пенсионеров[[29]](#footnote-29). Другими словами, хотя и растет доля граждан старшего возраста, совершающих туристические поездки, но все еще имеется большой потенциал для роста.

**Таблица 3. Участие лиц старшего возраста в туристических поездках[[30]](#footnote-30)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Год** | **Все респонденты** | **Из них** |
| **Старше трудоспособного возраста** | **В том числе в возрасте, лет** |
| **55–59** | **60–69** | **70 и более** |
| Лица, способные вести активную жизнь\*, всего | 2011 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 2014 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Занимались спортивным туризмом, участвовали в походах | 2011 | 16,3 | 14,3 | 13,4 | 15,2 | 14,1 |
| 2014 | 14,2 | 11,3 | 12,8 | 11,0 | 13,8 |
| Совершали туристическую (экскурсионную) поездку за последний год | 2011 | 18,8 | 7,8 | 12,9 | 10,2 | 2,2 |
| 2014 | 23,7 | 11,1 | 18,6 | 13,2 | 4,4 |

\* В возрасте 15 лет и более.

Учитывая значительное и растущее число потенциальных туристов возраста 50+, российские туристические организации для развития своего бизнеса выявляют особенности и предпочтения этой категории клиентов. Проводимые в последние годы исследования показывают, что запросы и предпочтения российских туристов третьего возраста, с одной стороны, достаточно разнородны; с другой стороны, отмечается общая особенность туристических предпочтений: как правило, они дистанцируются от стереотипов, связанных с отдыхом пенсионеров, поэтому во многих случаях такие туристы стараются не совершать поездки в группах, состоящих исключительно из лиц старшего возраста. В поездках они не хотят отделяться от туристов других возрастов. Кроме того, отмечено, что для данной категории туристов важным является наличие круга единомышленников и интересного коллектива[[31]](#footnote-31).

В России, в отличие от западноевропейских стран, пользуется популярностью лечебно-оздоровительный туризм, особенно в том случае, если он сочетается с культурно-познавательным. Это предпочтение отмечается повсеместно, во всех регионах России. Санатории и пансионаты, где отдых совмещается с лечебными процедурами, особенно популярны у туристов старшего возраста. Важно и то, что для них наиболее предпочтительным является осенне-весенний период, то есть низкий сезон, что весьма удобно как для туристических организаций, так и для санаторно-курортных учреждений. В настоящее время в стране идет процесс возрождения этих мест отдыха, государство из бюджета выделяет средства для организации санаторно-курортного лечения[[32]](#footnote-32).

В ряде регионов России для изучения вопросов, связанных с повышением активности населения старших возрастов, проводят специальные исследования. Например, в 2012 году в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре было проведено социологическое обследование жителей третьего возраста с целью выявления их предпочтений в различных видах туризма[[33]](#footnote-33). Исследование было предпринято для формирования социальных туров, изучения и оценки ресурсного потенциала автономного округа для развития социального туризма, а также с целью определения наиболее перспективных направлений и целевых показателей для развития социального туризма на территории.

Для оценки были выбраны следующие виды туризма: оздоровительный (бассейн, фитнес, ипотерапия и т. д.), этнографический (посещение национальных стойбищ), культурно-познавательный (музеи), событийный (посещение мероприятий), экологические маршруты (природные парки, горы и др.), путешествия с целью рыбалки, религиозные (паломнические), сельский туризм (фермерский), спортивный (активный туризм), речные круизы на теплоходе, путешествия с целью охоты, путешествия с целью сбора грибов, ягод.

Результаты показали, что 66% опрошенных любят путешествовать. Отмечено, что внутри автономного округа путешествует 45% респондентов. Оставшиеся 55% респондентов не путешествуют по территории ХМАО — Югры по самым разным причинам, среди которых:

– незнание о возможных турах (24%);

– дорого (20%);

– из-за климата (13%);

– не интересно (12%);

– все уже видели (7%);

– среди других причин многие указали: «по состоянию здоровья» или «инвалид».

Согласно полученным результатам, значительный интерес представляет культурно-познавательный туризм, на первом месте практически у всех опрашиваемых находятся всевозможные оздоровительные виды туризма, курортный туризм.

Исследование, проведенное в 2016 году в Москве и Владимире, показало заметные различия между мегаполисом и регионом. Если для довольно большой части респондентов из Москвы характерна увлеченность путешествиями, желание ездить как по России, так и за границу, то у владимирцев большее распространение имеет социальный туризм внутри области, где администрация придает серьезное значение организации бесплатных поездок по Владимирской области для категории 50+. Тем не менее, выявились и сходные предпочтения: популярны экскурсионные туры, поездки с культурно-досуговой составляющей, когда выезд сочетается с мастер-классами, образовательными встречами, посещением музеев и заповедников[[34]](#footnote-34).

Если европейские туристы старшего возраста предпочитают, как правило, отели первого и среднего классов, то в России требования к качеству гостиниц несколько мягче. В то же время, россияне не менее придирчиво относятся к питанию и обслуживанию, предусмотренным в программе пребывания[[35]](#footnote-35). Как и европейцы, они предпочитают останавливаться в гостиницах, предлагающих систему питания «все включено», при которой они избавлены от необходимости дополнительных трат или экономии в ходе самой поездки. Есть требования и по самому размещению: желательно, чтобы гостиница находилась в тихом месте, была оснащена лифтом, чтобы в ней не проводилось шумных мероприятий в вечернее время.

Тем не менее, требования зависят не только от возраста туристов, но также от их характера и предпочтений. Так, хотя для многих путешественников третьего возраста весьма существенными являются удобство и комфорт, среди них есть довольно значительное число людей, которым интересны активные виды туризма, спортивный туризм[[36]](#footnote-36).

Анализ предпочтений туристов старших возрастов по способам путешествий показывает, что одним из наиболее востребованных видов туризма являются автобусные туры. Они распространены и в России, и в Европе. Популярность таких туров объясняется несколькими причинами. Прежде всего, имеет значение их относительно невысокая цена в сочетании с возможностью за короткий срок ознакомиться с несколькими городами, местами или даже странами. По данным заместителя генерального директора *Natalie Tours* Т. Чувилкиной, в России в экскурсионные туры отправляются преимущественно пенсионеры. Некоторые находят в путешествиях друзей, а потом собираются, чтобы обсудить, куда поехать в следующий раз, и выбрать новый маршрут. Затем приходят за новыми турами уже сформировавшимися группами[[37]](#footnote-37). Основным ограничением для участия туристов старших возрастов в таких поездках является состояние здоровья: по сути, они подходят только для туристов, не имеющих серьезных проблем со здоровьем.

Еще одним видом туризма, набирающим все большую популярность у людей третьего возраста, являются круизы, как речные, так и морские. Круизы привлекательны относительной выгодностью, поскольку без дополнительных трат на дорогу и гостиницы обеспечивается комфортабельный отдых с возможностью посещения разнообразных мест, с мероприятиями и развлечениями. По данным круизных компаний, люди в возрасте от 50 лет и старше составляют более 60% всех пассажиров, а для 44% пожилых туристов круизы становятся постоянным видом проведения отпуска[[38]](#footnote-38).

Как показывают результаты обследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2015 году, за последние десять лет материальное положение россиян в целом улучшилось[[39]](#footnote-39). Однако экономический кризис оказал негативное влияние на реальные доходы россиян, в первую очередь пожилых.

От роста или снижения доходов зависят и расходы, в том числе на туризм. Так, например, в период экономического роста, до 2014 года, отмечался определенный рост расходов на туризм. Согласно данным Росстата по структуре потребительских расходов в 2012 и 2014 годах по 10%-ным группам населения, расходы граждан на туризм и услуги центров отдыха находятся в интервале от 0,1% до 3,2% общих расходов (Таблица 5).

Мы видим, что хотя в целом наблюдается повышение расходов на туризм и услуги центров отдыха, наиболее значительно оно с третьей по шестую группу, то есть в среднем диапазоне. Можно предположить, что это связано с тем, что у граждан, располагающих наименьшими ресурсами (первая и вторая группа), даже некоторое увеличение доходов не позволяет повышать расходы на туризм, которые и так минимальны. В то же время, у граждан, располагающих наибольшими ресурсами, траты по самой доле в потребительских расходах (от 2,8% до 3,2%) в абсолютных величинах представляют достаточно большие суммы, которые если и меняются, то незначительно.

**Таблица 5. Расходы на туризм в общей структуре потребительских расходов (в %)[[40]](#footnote-40)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Группы населения | Первая\* | Вторая | Третья | Четвертая | Пятая | Шестая | Седьмая | Восьмая | Девятая  | Десятая\*\* |
| Потребительские расходы | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Из них: туризм и услуги центров отдыха |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2012 год\*\*\* | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,6 | 1,3 | 2,2 | 2,7 | 4,5 | 3,0 |
| 2014 год\*\*\*\* | 0,1 | 0,2 | 0,7 | 1,1 | 1,1 | 1,5 | 2,1 | 2,8 | 4,7 | 3,2 |
| 2014/2012 | 1 | 1 | 2,33 | 2,2 | 1,83 | 1,15 | 0,95 | 1,04 | 1,04 | 1,07 |

\* Граждане с наименьшими располагаемыми ресурсами.

\*\* Граждане с наибольшими располагаемыми ресурсами.

\*\*\* Данные за 2012г. - обновлены 08.06.2016.

\*\*\*\* Данные за 2014г.- обновлены 13.11.2015.

Существующие материальные проблемы приводят к тому, что россияне стремятся экономить на туристических поездках, однако не отказываются от них полностью. Как показали результаты исследования, проведенного в 2014 году компанией *GfK-RUS*[[41]](#footnote-41) по заказу туроператора *TUI Russia*, российские туристы, с одной стороны, склонны ни в чем себе не отказывать на отдыхе, с другой стороны, при организации поездки любят экономить[[42]](#footnote-42). По данным Национального агентства финансовых исследований (НАФИ)[[43]](#footnote-43), в 2016 году россияне готовы экономить на отелях путем замены их краткосрочной арендой жилья, что особенно часто происходит в самостоятельных поездках[[44]](#footnote-44). Все эти тенденции имеют общий характер, но в наибольшей степени проявляются именно у лиц старших возрастов.

В настоящее время Ростуризм разрабатывает программу по стимулированию развития внутреннего туризма в стране для лиц старшего возраста. Предполагается, что в первую очередь граждане этой категории смогут осуществлять льготные поездки на отдых либо оздоровительные туры в низкий сезон, когда загрузка гостиниц и транспорта серьезно сокращается.

Вторым (а в ряде случаев — первым) ограничением для туристов старших возрастов, столь же значимым, как и материальное положение, является состояние здоровья. В ряде случаев слабое здоровье делает туристические поездки просто невозможными, однако в большинстве случаев для удовлетворения требованиям, связанным с недостаточно хорошим состоянием здоровья, достаточно предоставить определенные условия для проживания, виды транспортных средств, и т. п.

Еще одним важным фактором является отсутствие привычки и культуры совершения туристских поездок — многие россияне старших возрастов такие поездки до настоящего времени не совершали. Есть и психологические проблемы, такие как боязнь новизны. Особенно это относится к туристическим поездкам за границу.

Ограничивает развитие туризма для лиц старшего поколения отсутствие льготных программ. Кроме того, не всегда доступна информация о возможностях туристических поездок, особенно для лиц третьего возраста. В целом же основная проблема состоит в отсутствии системного подхода и проработанного механизма организации туризма и отдыха для лиц старшего возраста.

Итак, можно заключить, что потенциал туризма третьего возраста весьма значителен. В то же время, имеется рядограничений**,** среди которых на первом месте — материальные возможности, которые зачастую становятся препятствием для активного вовлечения этой группы населения в туристскую сферу. Финансовые условия туристических поездок немаловажны для туристов в любых странах: цена тура и возможность получения скидки со стоимости обслуживания и проезда часто являются определяющими. Те туроператоры, которые знают требования туристов старшего возраста и активно используют в своей работе гибкие предложения, турпакеты и скидки, становятся постоянными организаторами поездок для этих туристов и получают значительную выгоду.

Широкое распространение туризма среди лиц старшего поколения и, прежде всего, пенсионеров, существующее в западных странах, связано с тем, чтотам пенсионный туризм является частью всей социально-экономической структуры общества, что предполагает особые условия поездок, скидки и т. п.

В России туризм третьего возраста пока находится в самой начальной стадии развития, вопросы финансовой поддержки лиц третьего возраста в настоящее время не решены. Поэтому позволить себе туристические поездки может весьма незначительная часть пенсионеров и работающих граждан старшего возраста — правда, в определенной мере число таких туристов увеличивается благодаря помощи детей. Большинство пожилых россиян либо не путешествует вовсе, либо ограничивается недорогими поездками с целью экскурсионного отдыха или на курортно-санаторное лечение.

Организация туристских программ для лиц старшего возраста требует особых подходов к учету возрастных психологических особенностей и потребностей данной категории граждан. Программы должны строиться с учетом требований, предпочтений, возможностей и ограничений туристов данной категории, изучение которых должно стать предметом постоянного внимания со стороны туристских фирм и организаций.

До последнего времени туристические фирмы в России не ориентировались на граждан третьего возраста, а значит, и на их требования. В последние годы отношение туроператоров к данной категории туристов стало меняться, а их требования начинают анализироваться и учитываться. Такая тенденция закономерна, поскольку создание специальных туристических продуктов для людей старшего возраста помогает существенно увеличить долю данного сегмента туристского рынка, бороться с сезонностью, более точно варьировать качество объектов размещения.

В связи с тем, что туризм для людей третьего возраста имеет особую социальную значимость, государство должно активнее участвовать в решении этой задачи, объединяя усилия федеральных органов власти, органов власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, туристско-спортивных общественных объединений, других заинтересованных организаций. Это позволит не только удовлетворить спрос различных категорий туристов, в том числе и лиц старшего возраста, но и обеспечить всесезонное функционирование туристских объектов и стабильный рост как отдельных туристских потоков, так и всего туризма в целом.

***Список литературы:***

1. 50 Плюс [Сайт]. URL: <http://www.50plus.ru/> (дата обращения: 30.04.2017).
2. *Александрова А.Ю.* Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002.
3. *Варламова М.А., Ермолина А.А., Синявская О.В.* Индекс активного долголетия как инструмент оценки политики в отношении пожилых в России / Материалы совместного научно-практического семинара «Активное долголетие в контексте социальной политики: проблемы измерения», 2015. URL: <http://regconf.hse.ru/uploads/95dcb14f6f87f6bdb7ed8c7f87ebc8a729ef0fcf.docx> (дата обращения: 05.02.2017).
4. *Воробьева М.* Золотое времечко: отправляем на отдых родителей! // PRO Туризм [Сайт]. 14.07.2015. URL: <http://proturizm.club/blog/articles/zolotoe-vremechko-otpravljaem-na-otdyh-roditelej.html> (дата обращения: 25.03.2017).
5. Все плюсы зрелого возраста. Сборник статей. М.: Парад, 2015. Вып. 4.
6. *Галкина Н.А.* Потенциальные сегменты населения для расширения клиентской базы коммерческих банков в условиях старения населения // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 1. С. 60–86.
7. Европа подстраивается под пожилых путешественников // Infox.ru [Сайт]. 20.07.2011. URL: <http://www.infox.ru/tourism/europe/2011/07/20/YEvropyeyskiye_turis.phtml> (дата обращения: 05.03.2017).
8. *Звягина Е.С., Рыбакова М.В.* Экологический туризм как социальная, экологически-ответственная практика в управлении особо охраняемыми природными территориями РФ // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 48. С. 50–65. URL: <http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/48_2015zvuagina_rybakova.htm> (дата обращения: 30.04.2017).
9. Италия меняет отдых и больше ориентируется на пожилых туристов // Euromag.ru [Сайт]. 17.05.2011. URL: <http://www.euromag.ru/italy/9435.html> (дата обращения: 25.03.2017).
10. Комплексные наблюдения условий жизни населения «Посещение лицами старших возрастов каких-либо развлекательных и спортивных мероприятий в РФ». Росстат, 2011, 2014.
11. *Логунцова И.В.* Специфика и перспективы российской индустрии туризма на современном этапе // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 52. С. 259–278. URL: <http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/52_2015loguntsova.htm> (дата обращения: 30.04.2017).
12. Материальное положение россиян 2005–2015 / Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). 28.12.2015. Пресс-выпуск № 3010. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115531> (дата обращения: 30.04.2017).
13. *Оборин М.С.* Социальные и экономические особенности лечебно-оздоровительного туризма региона (на примере Пермского края) // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 5 (31). С. 69–74.
14. Обследование **Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики Ханты-Мансийского автономного округа — Югры и Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Югорский государственный университет»** в рамках исполнения постановления от 19 октября 2010 года № 262-п «О целевой программе Ханты-Мансийского автономного округа — Югры “Современная социальная служба Югры” на 2011–2013 годы и на период до 2015 года».
15. Пенсионер-путешественник: можно ли сэкономить? // Третий возраст [Интернет-журнал]. URL: <https://www.3vozrast.ru/article/travel/marshrut/3025/> (дата обращения: 25.03.2017).
16. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. от 31.01.2017) «О федеральной целевой программе “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)”» // КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/> (дата обращения: 30.04.2017).
17. *Потехина И.П., Чижов Д.В.* Потенциал старшего поколения как составляющая национального человеческого капитала (по материалам исследования в регионах ЦФО) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 3–23.
18. Программная справка ЕЭК ООН № 13 по вопросам старения. Июнь 2012 г. URL: <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/pau/age/Policy_briefs/ECE-WG.1-17-RU.pdf> (дата обращения: 02.05.2017).
19. Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 № 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года» // КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193464/> (дата обращения: 30.04.2017).
20. Россияне готовы экономить на отелях. Аналитика НАФИ. Большинство согласно на краткосрочную аренду жилья. Шанс для Airbnb // Hotelier.PRO [Сайт]. 14.07.2016. URL: <http://hotelier.pro/news/item/1632-sharing> (дата обращения: 16.03.2017).
21. *Рыжов В.* Особенности отдыха людей пожилого возраста // Объединение компаний индустрии услуг старшему поколению (некоммерческое партнерство) [Сайт]. URL: <http://industry60plus.ru/articles/detail.php?id=934> (дата обращения: 12.03.2017).
22. Туристы состарятся // Ассоциация туроператоров [Сайт]. 17.07.2009. URL: <http://www.atorus.ru/news/sectornews/new/1113.html> (дата обращения: 25.03.2017).
23. Турция изучает предпочтения пожилых туристов // TravelInform [Сайт]. 17.07.2014. URL: <http://www.travelinform.ru/news/detail?id=52963&type=1> (дата обращения: 27.03.2017).
24. Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: [http://www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (дата обращения: 30.04.2017).
25. Чем отличаются предпочтения российских туристов от выбора европейцев // Ассоциация туроператоров [Сайт]. 19.12.2014. URL: <http://www.atorus.ru/press-centre/new/29180.html> (дата обращения: 25.03.2017).
26. *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А., Березка С.М.* Создание ценностного предложения для потребителей 50+ с учетом их когнитивного возраста // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2017. № 1. С. 147–168.
27. *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А., Березка С.М., Колкова К.М.* Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста в России. Владимир, 2016.
28. *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Колкова К.М.* Старение населения и проблемы поколения «сэндвич»: социально-экономические и психологические аспекты // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Экономические и юридические науки. 2015. № 3. С. 5–14.
29. *Шерешева М.Ю.* Маркетинг услуг для людей зрелого возраста: мифы и реальные ценности // Все плюсы зрелого возраста. Сборник статей. М.: Парад, 2014. Вып. 3. С. 91–94.
30. Active Ageing and Solidarity Between Generations in Europe: First Results from SHARE After the Economic Crisis / Eds.: A. Börsch-Supan, M. Brandt, H. Litwin, G. Weber. Walter de Gruyter, 2013.
31. Addressing Paradoxes of “The Age of I”. IHG Trends Report / IHG — InterContinental Hotels Group. 2017. URL: <https://www.ihgplc.com/news-and-media/ihg-trends-report> (accessed: 25.03.2017).
32. Agenzia Nazionale Stampa Associata [Site]. URL: <http://www.ansa.it> (accessed: 30.04.2017).
33. *Boudiny K.* “Active Ageing”: From Empty Rhetoric to Effective Policy Tool // Ageing and Society. 2013. Vol. 33. No 6. P. 1077–1098.
34. Budget Travel for Seniors // Simply Seniors [Site]. URL: <http://simplyseniors.com/travel_and_lifestyle/trip_plan-mng/budget_travel_for_seniors> (accessed: 12.03.2017).
35. *Clarke A., Warren L.* Hopes, Fears and Expectations About the Future: What Do Older People’s Stories Tell Us About Active Ageing? // Ageing and Society. 2007. Vol. 27. No 4. P. 465–488.
36. Global AgeWatch Index 2015. Russian Federation // Gountry Ageing Data [Site]. URL: <http://www.helpage.org/global-agewatch/population-ageing-data/country-ageing-data/?country=Russian%20Federation&printer=1> (accessed: 30.04.2017).
37. *Lassen A.J.* Shaping Old Age: Innovation Partnerships, Senior Centres and Billiards Tables As Active Ageing Technologies // Framing Age: Contested Knowledge in Science and Politics / Eds.: I. Loffeier, B. Majerus, T. Moulaert. London, UK: Routledge, 2017.
38. *S*heresheva M., Buzulukova E. Senior Sport Tourism in Russia // Social Networks and the Economics of Sports. Springer International Publishing Switzerland, 2014. P. 59–74.
39. Viaggi dei senior in aumento del 15% l’anno. Pacchetti ad hoc per turisti over 50 // ANSA.it [Site]. URL: <http://www.ansa.it/web/notizie/canali/inviaggio/news/2011/05/03/visualizza_new.html_874788419.html> (accessed: 27.03.2017).
40. *Walker A.* A Strategy for Active Ageing // International Social Security Review. 2002. Vol. 55. No 1. P. 121–139.
41. *Walker A., Maltby T.* Active Ageing: A Strategic Policy Solution to Demographic Ageing in the European Union // International Journal of Social Welfare. 2012. No 21 (s1). P. 117–130.
42. Wirtschaftsfactor Alter [Site].URL: <http://www.wirtschaftsfaktor-alter.de/> (accessed: 25.03.2017).
43. *Zaidi A., Stanton D.* Active Ageing Index 2014. Analytical Report. April 2015 // UNECE Statistics Wikis [Site]. URL: [http://www1.unece.org/stat/platform/display/AAI/VI.+Documentation](http://www1.unece.org/stat/platform/display/AAI/VI.%2BDocumentation) (accessed: 05.05.2016).

***Sheresheva M.Y., Polyanskaya E.E.***

**Senior Tourism: Preferences, Requirements, Restrictions**

*Marina Yu. Sheresheva* — Ph.D., Professor, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: m.sheresheva@mail.ru

*Elena E. Polyanskaya* — Ph.D., Senior Researcher, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: [el.polyanskaya@mail.ru](http://mail.spa.msu.ru/owa/redir.aspx?C=YP45ZtUVHkCOYXFRyeOa8RhcoAYbotRI5bWFKTLUFI-ICkZAFtQ2kR2ALgy0dks65PtTVC6lzmg.&URL=mailto%3ael.polyanskaya%40mail.ru)

**Annotation**

The paper discusses the prospects of senior tourism development. The fast rise of this segment has become one of the important trends in contemporary tourism market strongly influenced by the changes in the global contemporary society, primarily the population aging. The limitations arising due to the specific characteristics of the senior age group are defined. This segment is less developed in Russia than in Western Europe and the United States. Still, there is a relatively high demand for travel, especially for domestic tours. One can state that the needs of senior tourists differ from other age groups. At the same time, cultural and health tourism are among the obvious preferences. The conclusion is that the development of tourism products for older people is of serious interest to businesses engaged in tourism services, since it helps to significantly increase the share of this tourist market segment, to deal with seasonality, to vary more accurately the quality of accommodation facilities. The author also emphasizes the social significance of senior tourism. Therefore, the government should be more active in creating favorable conditions for its development.

**Keywords**

Tourism, active ageing, consumer behavior, senior consumers, senior tourism, Russia.

1. \* Статья подготовлена в рамках научных исследований, выполняемых при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01324) «Устойчивое развитие экономики территорий на основе сетевого взаимодействия малых городов и районных центров». [↑](#footnote-ref-1)
2. Все плюсы зрелого возраста. Сборник статей. М.: Парад, 2015. Вып. 4; *Шерешева М.Ю.* Маркетинг услуг для людей зрелого возраста: мифы и реальные ценности // Все плюсы зрелого возраста. Сборник статей. М.: Парад, 2014. Вып. 3. С. 91–94. По данным среднего варианта прогноза ООН, доля граждан в возрасте 60 лет и более в мире увеличится с 12,3% в 2015 году до 14,9% — в 2025 году и 21,5% — в 2050 году, в Европе с 23,5% до 28% и 34,2% соответственно, в Российской Федерации — с 20% в 2015 году до 23,9% в 2025 году и 28,8% в 2050 году. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Boudiny K.* “Active Ageing”: From Empty Rhetoric to Effective Policy Tool // Ageing and Society. 2013. Vol. 33. No 6. P. 1077–1098; *Börsch* Active Ageing and Solidarity Between Generations in Europe: First Results from SHARE After the Economic Crisis / Eds.: A. Börsch-Supan, M. Brandt, H. Litwin, G. Weber. Walter de Gruyter, 2013; *Clarke A., Warren L.* Hopes, Fears and Expectations About the Future: What Do Older People’s Stories Tell Us About Active Ageing? // Ageing and Society. 2007. Vol. 27. No 4. P. 465–488; *Lassen A.J.* Shaping Old Age: Innovation Partnerships, Senior Centres and Billiards Tables As Active Ageing Technologies // Framing Age: Contested Knowledge in Science and Politics / Eds.: I. Loffeier, B. Majerus, T. Moulaert. London, UK: Routledge, 2017; *Walker A., Maltby T.* Active Ageing: A Strategic Policy Solution to Demographic Ageing in the European Union // International Journal of Social Welfare. 2012. No 21 (s1). P. 117–130; *Walker A.* A Strategy for Active Ageing // International Social Security Review. 2002. Vol. 55. No 1. P. 121–139. [↑](#footnote-ref-3)
4. Программная справка ЕЭК ООН № 13 по вопросам старения. Июнь 2012 г. URL: <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/pau/age/Policy_briefs/ECE-WG.1-17-RU.pdf> (дата обращения: 02.05.2017). [↑](#footnote-ref-4)
5. *AAI (Active Ageing Index)* — индекс, разработанный в 2012 году для оценки результативности политики, направленной на обеспечение активного и здорового старения. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Zaidi A., Stanton D.* Active Ageing Index 2014. Analytical Report. April 2015 // UNECE Statistics Wikis [Site]. URL: [http://www1.unece.org/stat/platform/display/AAI/VI.+Documentation](http://www1.unece.org/stat/platform/display/AAI/VI.%2BDocumentation) (accessed: 05.05.2016); *Варламова М.А., Ермолина А.А., Синявская О.В.* Индекс активного долголетия как инструмент оценки политики в отношении пожилых в России / Материалы совместного научно-практического семинара «Активное долголетие в контексте социальной политики: проблемы измерения», 2015. URL: <http://regconf.hse.ru/uploads/95dcb14f6f87f6bdb7ed8c7f87ebc8a729ef0fcf.docx> (дата обращения: 05.02.2017). [↑](#footnote-ref-6)
7. Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: [http://www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-7)
8. Global AgeWatch Index 2015. Russian Federation // Gountry Ageing Data [Site]. URL: <http://www.helpage.org/global-agewatch/population-ageing-data/country-ageing-data/?country=Russian%20Federation&printer=1> (accessed: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-8)
9. Источник: составлено по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), 2016. URL: [http://www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-9)
10. Источник: составлено по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), 2016. URL: [http://www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-10)
11. *Галкина Н.А.* Потенциальные сегменты населения для расширения клиентской базы коммерческих банков в условиях старения населения // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 1. С. 60–86. [↑](#footnote-ref-11)
12. *Потехина И.П., Чижов Д.В.* Потенциал старшего поколения как составляющая национального человеческого капитала (по материалам исследования в регионах ЦФО) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 5. [↑](#footnote-ref-12)
13. Исследование выполнено для Автономной некоммерческой организации «Центр социальной поддержки людей зрелого возраста «ПЯТЬДЕСЯТ ПЛЮС». При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 № 79-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ. См.: *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А., Березка С.М., Колкова К.М.* Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста в России. Владимир, 2016; *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А., Березка С.М.* Создание ценностного предложения для потребителей 50+ с учетом их когнитивного возраста // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2017. № 1. С. 147–168. См. также: *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Колкова К.М.* Старение населения и проблемы поколения «сэндвич»: социально-экономические и психологические аспекты // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Экономические и юридические науки. 2015. № 3. С. 5–14. [↑](#footnote-ref-13)
14. Европа подстраивается под пожилых путешественников // Infox.ru [Сайт]. 20.07.2011. URL: <http://www.infox.ru/tourism/europe/2011/07/20/YEvropyeyskiye_turis.phtml> (дата обращения: 05.03.2017). [↑](#footnote-ref-14)
15. Agenzia Nazionale Stampa Associata [Site]. URL: <http://www.ansa.it> (accessed: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-15)
16. Viaggi dei senior in aumento del 15% l’anno. Pacchetti ad hoc per turisti over 50 // ANSA.it [Site]. URL: <http://www.ansa.it/web/notizie/canali/inviaggio/news/2011/05/03/visualizza_new.html_874788419.html> (accessed: 27.03.2017). [↑](#footnote-ref-16)
17. Турция изучает предпочтения пожилых туристов // TravelInform [Сайт]. 17.07.2014. URL: <http://www.travelinform.ru/news/detail?id=52963&type=1> (дата обращения: 27.03.2017). [↑](#footnote-ref-17)
18. Wirtschaftsfactor Alter [Site].URL: <http://www.wirtschaftsfaktor-alter.de/> (accessed: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-18)
19. *Воробьева М.* Золотое времечко: отправляем на отдых родителей! // PRO Туризм [Сайт]. 14.07.2015. URL: <http://proturizm.club/blog/articles/zolotoe-vremechko-otpravljaem-na-otdyh-roditelej.html> (дата обращения: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-19)
20. Туристы состарятся // Ассоциация туроператоров [Сайт]. 17.07.2009. URL: <http://www.atorus.ru/news/sectornews/new/1113.html> (дата обращения: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-20)
21. Budget Travel for Seniors // Simply Seniors [Site]. URL: <http://simplyseniors.com/travel_and_lifestyle/trip_plan-mng/budget_travel_for_seniors> (accessed: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-21)
22. Ibid. [↑](#footnote-ref-22)
23. Европа подстраивается под пожилых путешественников // Infox.ru [Сайт]. 20.07.2011. URL: <http://www.infox.ru/tourism/europe/2011/07/20/YEvropyeyskiye_turis.phtml> (дата обращения: 05.03.2017). [↑](#footnote-ref-23)
24. Источник: *Александрова А.Ю.* Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. [↑](#footnote-ref-24)
25. Addressing Paradoxes of “The Age of I”. IHG Trends Report / IHG — InterContinental Hotels Group. 2017. URL: <https://www.ihgplc.com/news-and-media/ihg-trends-report> (accessed: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-25)
26. Среди этих инициатив особое место занимает социальный проект «50 ПЛЮС», созданный в 2011 году как гражданская инициатива, направленная на продление активной жизни людей зрелого и старшего возраста, реализацию их нравственного и экономического потенциала. Проект поддерживает формирование негосударственной системы социальной адаптации, общественной поддержки и защиты людей зрелого и старшего возраста. См.: 50 Плюс [Сайт]. URL: <http://www.50plus.ru/> (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-26)
27. Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 № 164-р «Об утверждении Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года» // КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193464/> (дата обращения: 30.04.2017). К сожалению, в Стратегии применительно к туризму рассматривается, в основном, лишь социальный туризм, в то время как он представляет лишь часть туризма 50+, который в целом направлен на более широкий круг лиц старшего возраста. [↑](#footnote-ref-27)
28. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. от 31.01.2017) «О федеральной целевой программе “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)”» // КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/> (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-28)
29. *Потехина И.П., Чижов Д.В.* Указ. соч. [↑](#footnote-ref-29)
30. Источник: Комплексные наблюдения условий жизни населения «Посещение лицами старших возрастов каких-либо развлекательных и спортивных мероприятий в РФ». Росстат, 2011, 2014. [↑](#footnote-ref-30)
31. *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А., Березка С.М.*, *Колкова К.М.* Указ. соч. [↑](#footnote-ref-31)
32. *Оборин М.С.* Социальные и экономические особенности лечебно-оздоровительного туризма региона (на примере Пермского края) // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 5 (31). С. 69–74. [↑](#footnote-ref-32)
33. Обследование **Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики Ханты-Мансийского автономного округа — Югры и Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Югорский государственный университет»** в рамках исполнения постановления от 19 октября 2010 года № 262-п «О целевой программе Ханты-Мансийского автономного округа — Югры “Современная социальная служба Югры” на 2011–2013 годы и на период до 2015 года». В ходе исследования было опрошено 4 915 гражданина в возрасте от 55 лет и старше. [↑](#footnote-ref-33)
34. *Шерешева М.Ю., Калмыкова Н.М., Валитова Л.А. , Березка С.М.*, *Колкова К.М.* Указ. соч. [↑](#footnote-ref-34)
35. Вышеупомянутое исследование *IHG*, показало что для путешественников старшего возраста весьма существенным фактором является наличие здоровой пищи. [↑](#footnote-ref-35)
36. *S*heresheva M., Buzulukova E. Senior Sport Tourism in Russia // Social Networks and the Economics of Sports. Springer International Publishing Switzerland, 2014. P. 59–74. [↑](#footnote-ref-36)
37. Пенсионер-путешественник: можно ли сэкономить? // Третий возраст [Интернет-журнал]. URL: <https://www.3vozrast.ru/article/travel/marshrut/3025/> (дата обращения: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-37)
38. *Рыжов В.* Особенности отдыха людей пожилого возраста // Объединение компаний индустрии услуг старшему поколению (некоммерческое партнерство) [Сайт]. URL: <http://industry60plus.ru/articles/detail.php?id=934> (дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-38)
39. Материальное положение россиян 2005–2015 / Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). 28.12.2015. Пресс-выпуск № 3010. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115531> (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-39)
40. Источник: составлено по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), 2016. URL: [http://www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (дата обращения: 30.04.2017). [↑](#footnote-ref-40)
41. *GfK* — одна из ведущих компаний на мировом рынке маркетинговых исследований. [↑](#footnote-ref-41)
42. Чем отличаются предпочтения российских туристов от выбора европейцев // Ассоциация туроператоров [Сайт]. 19.12.2014. URL: <http://www.atorus.ru/press-centre/new/29180.html> (дата обращения: 25.03.2017). [↑](#footnote-ref-42)
43. Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) — первая в России исследовательская компания, специализирующаяся на изучении финансового поведения населения и бизнеса. [↑](#footnote-ref-43)
44. Россияне готовы экономить на отелях. Аналитика НАФИ. Большинство согласно на краткосрочную аренду жилья. Шанс для Airbnb // Hotelier.PRO [Сайт]. 14.07.2016. URL: <http://hotelier.pro/news/item/1632-sharing> (дата обращения: 16.03.2017). [↑](#footnote-ref-44)