



АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА

по результатам Всероссийского опроса
«Живу в классной стране!»

2025

I. Цель, методология и параметры опроса

В целях формирования комплексного понимания современного состояния и перспектив развития образовательного туризма в Российской Федерации, а также исследования интересов, потребностей и барьеров, связанных с образовательными путешествиями для школьников страны, Агентством стратегических инициатив был проведен социологический опрос «Живу в классной стране!», охвативший **более 148 тыс. респондентов**. Методологическая основа исследования базировалась на принципах целевой сегментации, обеспечивающей релевантность вопросов конкретным группам участников образовательного процесса: школьники и студенты (46%), родители (38%), педагоги (16%) и представители туристического бизнеса (0,35%).

II. Ожидания от организованного школьного туризма и воспринимаемые результаты поездок

Системный анализ ожиданий и оценок результатов образовательного туризма различными категориями участников позволяет выявить не только высокую степень его востребованности, но и существенные расхождения в восприятии эффективности данного формата.

Среди обучающихся отмечается **максимальный уровень заинтересованности** в образовательном туризме. Подавляющее большинство школьников (82%) выражают готовность к участию в профорientационных турах, а 87% респондентов этой категории хотели бы получать более регулярную и систематизированную информацию о возможностях образовательных путешествий непосредственно в школе.

Показательно, что основные препятствия для участия носят **сугубо организационный, а не мотивационный характер**: отсутствие соответствующих программ в школах (37%) и дефицит времени (22%). Это свидетельствует о том, что существующий образовательный запрос со стороны молодежи не находит организационного обеспечения в настоящее время.

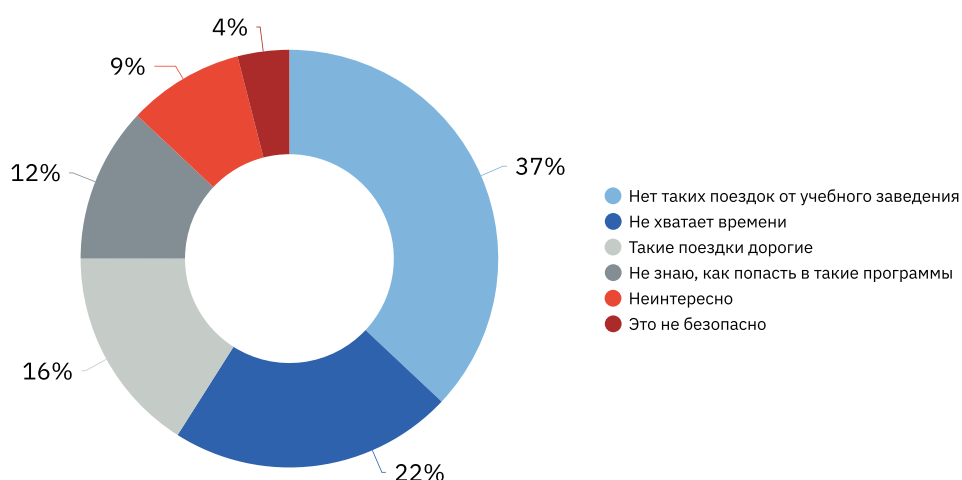


Рис. 1. Препятствия для участия в образовательных поездках

Отдельно стоит отметить, что молодые участники (18–35 лет) чаще связывают образовательный туризм с возможностью личного и профессионального роста, тогда как старшие респонденты (50–64 года и старше) **воспринимают его преимущественно как форму культурного обогащения и гражданского воспитания**. В частности, среди представителей старшей возрастной группы 83% считают, что «в любом путешествии должно быть что-то познавательное» (18–35 лет — 66%), 68% респондентов старше 65 лет связывают туризм с духовно-нравственными и патриотическими целями. При этом именно молодые участники чаще выступают за развитие новых форматов — коротких профориентационных поездок, гибридных цифровых туров и индивидуальных маршрутов.

Родительское сообщество демонстрирует более сдержанную, хотя в целом позитивную позицию в отношении развития образовательного туризма. Ключевыми критериями при оценке целесообразности участия детей в образовательных поездках выступают безопасность и комфорт (85%), профессионализм сопровождающих (педагогов, гидов) (58%), финансовая доступность (55%), соответствие программы возрасту и интересам детей (51%), удобная логистика (транспорт, размещение, питание) (35%), возможность сочетать учебные и развлекательные форматы (33%), наличие образовательной ценности и полезного содержания (30%), участие проверенных операторов и школ (21%).

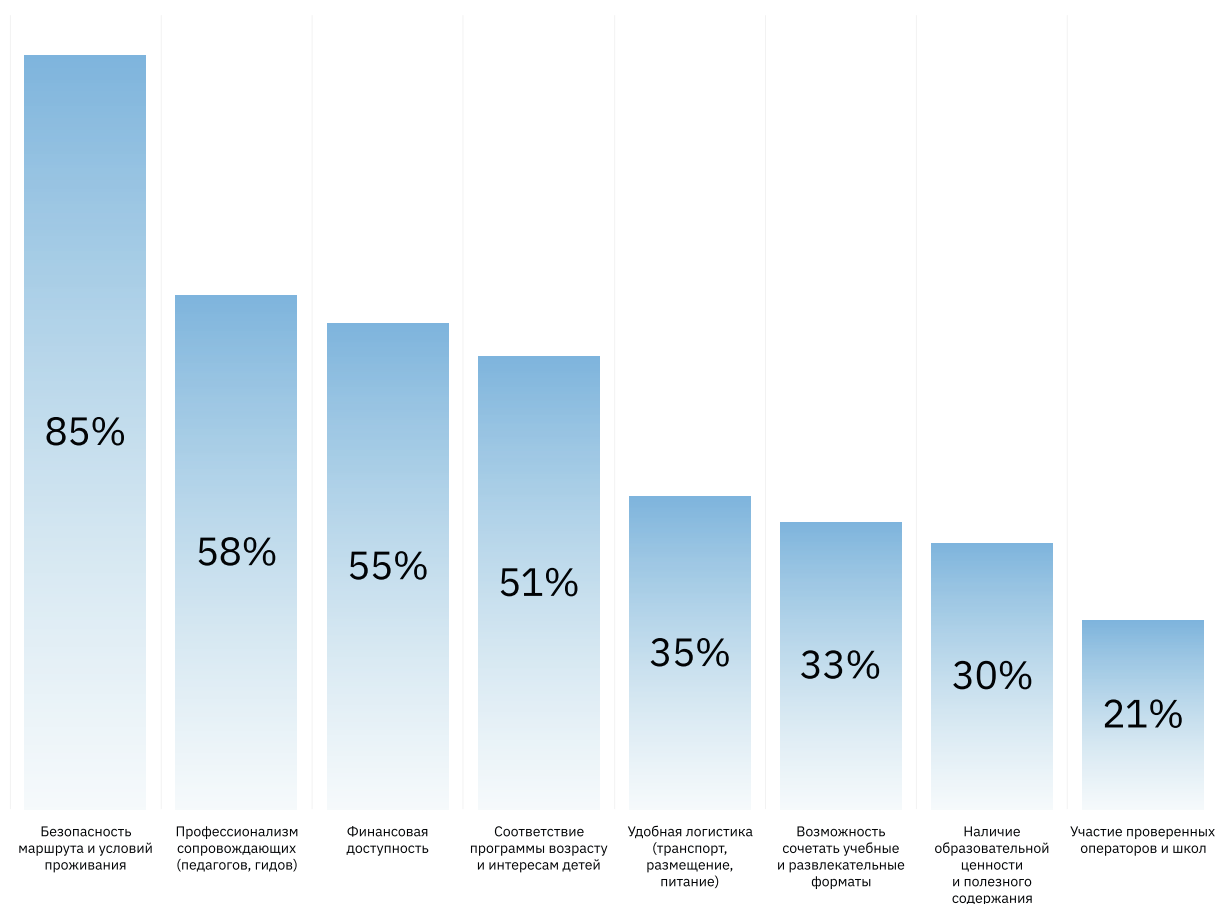


Рис. 2. Значимые родителям критерии для участия в образовательных поездках

Следует отметить существенный разрыв между потенциальной готовностью к участию и реальным опытом: тогда как **57% родителей, имеющих соответствующий опыт, отмечают положительный эффект**, 36% респондентов либо не имеют такого опыта, либо затрудняются дать ответ. Данное противоречие указывает на существование значительного информационного вакуума и недостаточную распространенность участия детей в образовательном туризме.



Рис. 3. Опыт родителей по участию детей в образовательных поездках

Важным сигналом для разработки финансовых моделей является **высокая готовность семей (68%) рассматривать механизмы рассрочки платежа как инструмент повышения доступности поездок.**

Педагогические работники рассматривают образовательный туризм через призму его интеграционного потенциала. **Абсолютное большинство педагогов (91%) тем или иным способом закрепляют результаты поездок в образовательном процессе,** однако преобладают неформальные методы: рефлексия с учениками (39%) и использование материалов в учебной деятельности (38%).

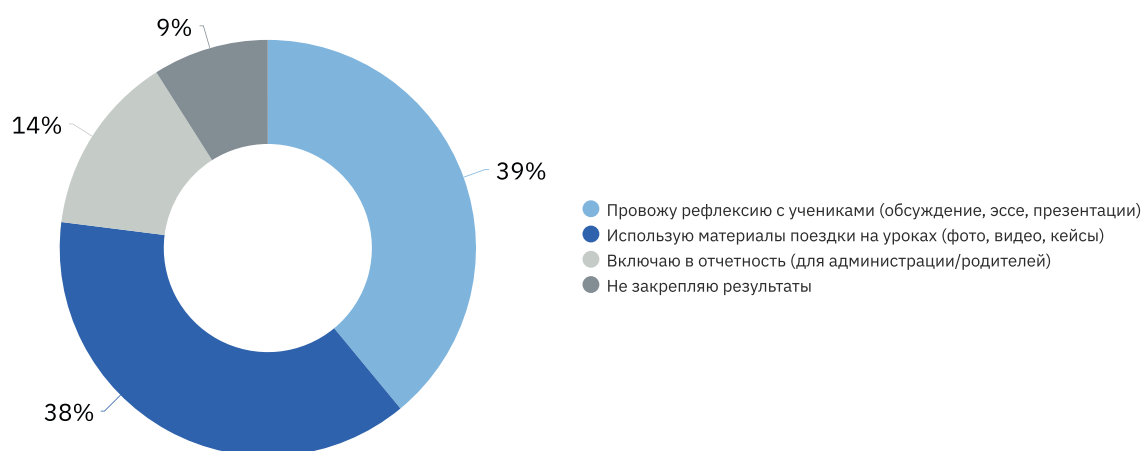


Рис 4. Учет результатов поездок учителями

Значимым представляется тот факт, что **58% учителей констатируют существенный вклад таких поездок в их собственное профессиональное развитие,** а еще **31% скорее соглашаются с этим тезисом.** Интеграция происходит преимущественно через внеурочную деятельность (60%) и профориентационные туры (52%), что **свидетельствует о недостаточной степени соединения образовательных путешествий с возможностями дополнительного образования.**

III. Потенциал развития и системные эффекты образовательного туризма

Проведенный анализ позволяет идентифицировать образовательный туризм как **перспективное направление**, обладающее значительным потенциалом для формирования мультипликативных эффектов в социально-экономической и образовательной сферах.

Со стороны педагогического сообщества сформулирован четкий запрос на создание **системных условий развития**: развитие институционального взаимодействия между образовательными организациями и туроператорами (59%) является одной из ключевых мер для увеличения количества образовательных поездок. Данные ожидания отражают потребность в создании **инфраструктурной основы**, без которой масштабирование практики представляется проблематичным.

В качестве ключевых индикаторов успешной интеграции поездок в образовательный процесс педагоги выделяют **наличие качественных методических материалов (42%)** и **уровень включенности поездок в учебный план (33%)**, что задает конкретные параметры для разработки методического сопровождения.

Для **предпринимательского сектора** образовательный туризм сохраняет статус **нишевого направления**. Лишь 22% туроператоров имеют в своем портфеле более 50% туров с образовательными целями.

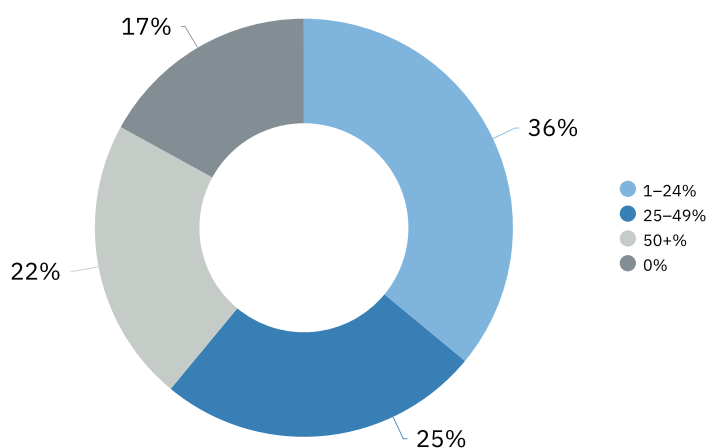


Рис. 5. Доля текущих туров с образовательной составляющей у туристских операторов

При этом оценка рентабельности демонстрирует **противоречивую картину**: 38% респондентов-туроператоров считают такие поездки прибыльными, тогда как 27% определяют их как социально значимые, но экономически неэффективные.



Рис. 6. Оценка туристскими операторами рентабельности программ с образовательной составляющей

В структуре возрастных групп выделяются три устойчивые модели участия. Молодые люди (18–35 лет) более мобильны и предпочитают гибкие форматы участия: 52% проявляют интерес к межрегиональным маршрутам, при этом относительно других возрастных групп в большей степени получают информацию из социальных сетей.

Респонденты 36–49 лет демонстрируют наиболее устойчивое участие в образовательных поездках с детьми и в наименьшей степени выделяют значимость финансовых барьеров, что отражает потребность в совмещении образовательных и семейных задач и позволяет сделать вывод о том, что данная группа является «ядром устойчивого спроса» — наиболее прогнозируемой аудиторией для массовых маршрутов.

Респонденты 50–64 года и старше 65 лет отмечают высокую роль образовательного туризма в развитии регионов (более 80%), а также более 70% респондентов видят большой потенциал данного направления в формировании системы воспитания подрастающего поколения в стране.

Различия в восприятии образовательного туризма определяют стратегическую задачу — модульное проектирование образовательных программ под разные возрастные сегменты, что позволит повысить общую частоту участия и качество образовательных продуктов.

Отдельно важно отметить, что большинство детей преимущественно путешествуют в пределах своего района/города или не путешествуют вовсе: 53% детей не выезжают в ходе поездок за пределы региона, лишь 18% участвует в школьных поездках чаще одного раза в год. При этом в независимости от возраста (14–17 лет) стабильной остается доля школьников, не участвовавших в поездках (15–18%), что свидетельствует об отсутствии корреляции между числом лет обучения в школе и количеством поездок и отражает наличие устойчивой группы респондентов, которые не вовлечены в образовательный туризм. В то же время поездки «в своём городе» существенно доминируют у более младших школьников (у 14-летних эта категория занимает значимую долю — примерно на уровне нескольких десятков процентов внутри направления), тогда

как по мере взросления доля поездок «в других регионах» и «межрегиональных» незначительно возрастает (на несколько п.п.).

Это свидетельствует о том, что развитие образовательного туризма остается ограниченным, требуется увеличение частоты поездок и создания межрегиональных маршрутов с образовательными целями.

IV. Разработка образовательных туров, их организация и информационное сопровождение

Качественное развитие сферы образовательного туризма требует существенной оптимизации процессов разработки программ, их организационного обеспечения и информационного сопровождения.

Анализ демонстрирует **наличие устойчивого спроса на информационную открытость**: 61% респондентов позитивно относятся к получению дополнительной информации об образовательных путешествиях. Однако существующая система информирования характеризуется значительными проблемами. Несмотря на **доминирование школы как основного канала коммуникации (57%)**, его использование не является достаточно эффективным, о чем свидетельствует высокий процент родителей (21%), вообще не получающих информации, что создает большой потенциал по **развитию социальных сетей в качестве канала коммуникации между родителями и организаторами образовательных путешествий**.

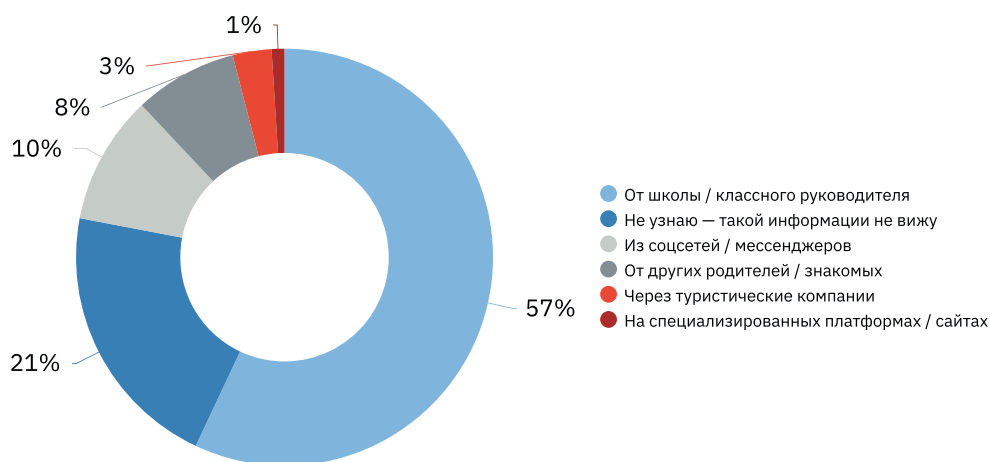


Рис 7. Источники получения информации родителями об образовательных поездках/экскурсиях

В контексте информирования о возможностях участия в образовательных путешествиях также существуют возрастные различия. **Молодые люди (18–35 лет) более активно используют социальные сети для получения информации об образовательных поездках (в 1,2–1,3 раза).**

Диспропорция подчёркивает необходимость **возрастно-ориентированной коммуникационной стратегии, объединяющей онлайн-платформы для молодёжи и традиционные каналы для старших поколений**. Кроме того, 23% респондентов 36–49 лет отметили недостаток детализированных описаний программ, что требует повышения прозрачности и качества контента.

Существенным потенциалом для развития образовательного туризма является более активное использование **профориентационного потенциала экскурсий**. В настоящее время лишь 16% родителей задействуют этот инструмент, предпочитая полагаться на школу (46%) и собственные усилия (32%). При этом 86% родителей признают важность профориентационных туров, что создает благоприятную основу для расширения данного формата.

Важно отметить, что по мере взросления и приближения периода поступления в университеты **профориентационный компонент начинает играть для обучающихся все большую роль**: в период 15–16 лет увеличивается доля ответов, связанных с заинтересованностью в профессиональной ориентации (83–85%), практическими занятиями и знакомством с профессиями (около 19–20%), возрастает заинтересованность в приобретении коммуникационных и организационных навыков, становится более ярко выраженным интерес к поездкам по естественнонаучным и популярным для сдачи на Едином государственном экзамене предметам таким как «информатика», «география», «физика», в 17 лет — «обществознание» и «математика», что подтверждает востребованность профориентационного формата для старшеклассников.

V. Финансовые аспекты реализации моделей образовательного туризма

Экономический анализ существующих моделей финансирования образовательного туризма **выявляет их ограниченность и недостаточную гибкость**.

Доминирующей схемой остается полная оплата расходов родителями (32%), что существенно ограничивает доступность услуг для значительной части семей. Меры государственной поддержки в форме субсидий доступны лишь 20% туроператоров, а такие механизмы, как рассрочка и спонсорство, не получили значительного распространения.

Особого внимания заслуживает готовность 68% родителей использовать механизмы рассрочки платежа, что открывает возможности для внедрения гибких финансовых инструментов.

В то же время **ключевым барьером для семей выступает высокая стоимость поездок (41%)**. Анализ платежеспособного спроса демонстрирует его концентрацию в нижнем ценовом сегменте: 57% родителей готовы платить за поездку до 10 000 рублей, тогда лишь 2% рассматривают варианты дороже 40 000 рублей.

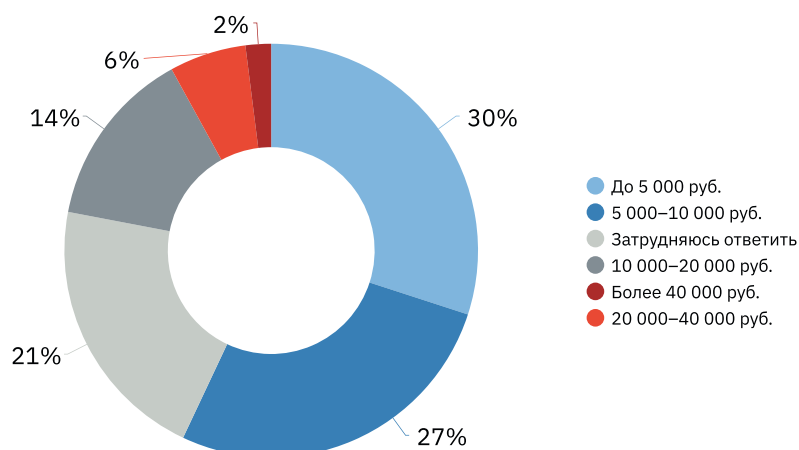


Рис 8. Сумма, которую родители готовы выделять на образовательные поездки/программы в течение года

Молодые люди (18–35 лет) чаще других называют стоимость поездки ключевым ограничением (55%) и демонстрируют высокую готовность использовать рассрочку (68%). По мере взросления у обучающихся также возрастает доля тех, кто считает ключевым препятствием для образовательных поездок их дороговизну (14 лет — 13%; 15–16 лет — 16%; 17 лет — 17%).

При этом представители возрастной группы 36–49 лет концентрируются на рациональном соотношении цены и содержания программы: 61% готовы участвовать в совместных инициативах школ и операторов, если предусмотрены гибкие формы оплаты. Старшие респонденты (50–64 года и более 65 лет) чаще ожидают государственной поддержки (47%) и реже рассматривают самостоятельное финансирование поездок (18%).

Таким образом, анализ существующих барьеров для детей и родителей прямо указывает не столько на необходимость внедрения гибкой финансовой архитектуры, сколько на формирование эффективной информационно-коммуникационной политики в регионе, направленной на информирование населения и организаторов образовательных программ путешествий о существующих в стране и регионе механизмах реализации продуктов образовательного туризма (в том числе с применением социального заказа), позволяющих обеспечить участие в образовательном туризме как можно большее количество детей и молодежи в регионе.

VI. Направления по снижению ключевых барьеров развития

Для перевода образовательного туризма в статус системного элемента образовательной системы необходима целенаправленная работа по минимизации ключевых ограничений.

Для субъектов предпринимательской деятельности основными рисками являются низкий и нестабильный спрос (25%), высокие логистические затраты (23%) и риск отмены поездок (23%).

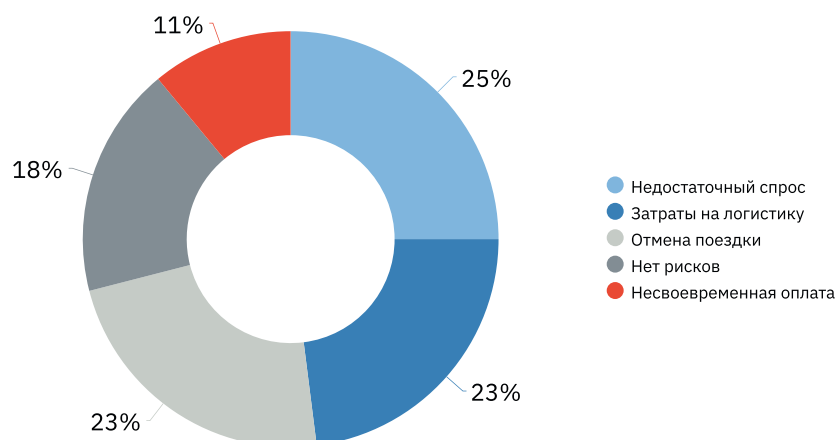


Рис 9. Риски, отмеченные туристскими операторами, при организации образовательных поездок

Респонденты считают, что стимулирование деловой активности в этом сегменте требует **создания гарантированных условий ведения деятельности, включая механизмы гарантированного спроса (32%) и прямую государственную поддержку (29%).**

Педагогические работники отмечают необходимость в комплексной поддержке, включающей как **методическое сопровождение (53%),** так и **финансовую компенсацию за дополнительную работу (48%).** Высокая степень вовлеченности педагогов (88% так или иначе закрепляют результаты поездок) при недостатке формализованных механизмов интеграции свидетельствует о наличии значительного нереализованного потенциала, который может быть раскрыт через создание соответствующих организационно-методических условий.

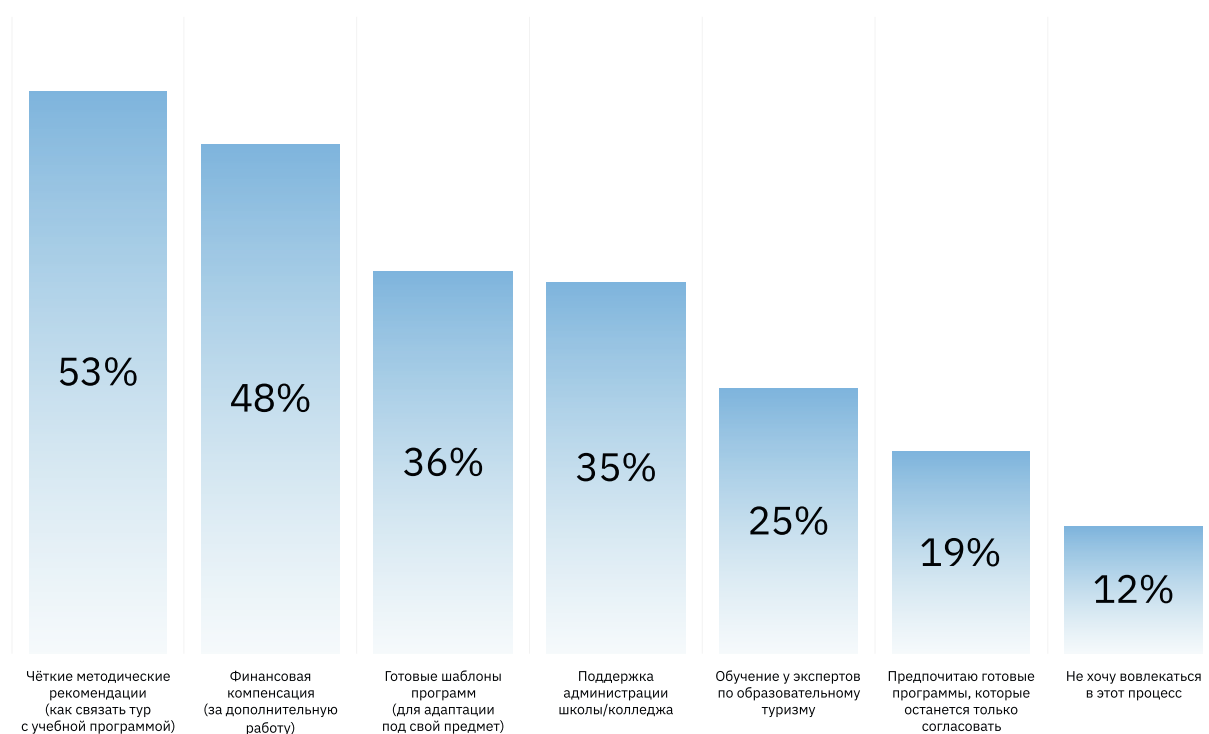


Рис 10. Важные факторы для создания программ педагогами

Анализ восприятия барьеров в возрастном разрезе демонстрирует, что ограничивающие факторы различаются не только по содержанию, но и по приоритетности.

При этом для молодёжи (18–35 лет) в большей степени, чем для других групп, для снижения барьеров требуется обеспечение методической поддержки для педагогов и освещение успешных практик, респонденты среднего возраста (36–49 лет) чаще говорят об организационных трудностях и нехватке поддержки со стороны школ. Старшие поколения говорят о необходимости повышения информированности со стороны школ для развития образовательного туризма.

Таким образом, эффективная политика по снижению барьеров должна учитывать не только профессиональные, но и возрастные различия восприятия, обеспечивая комплексную адресность предлагаемых мер.

Заключение

Проведенный анализ позволяет констатировать, что образовательный туризм в России сформировался как социально востребованное направление, обладающее значительным потенциалом для развития. Существует устойчивый общественный запрос на его системное развитие со стороны всех категорий участников образовательного процесса.

Возрастной анализ показывает, что образовательный туризм в России имеет широкую социальную базу поддержки, но его развитие требует учёта различий между поколениями. Молодёжь нуждается в цифровых и интерактивных форматах, гибких финансовых моделях, люди среднего возраста — в устойчивых организационных моделях, безопасности для обучающихся, а старшие поколения — в адресной поддержке. Учет этих факторов обеспечит реальное расширение охвата и повышение социальной эффективности образовательных поездок.

Вместе с тем масштабное внедрение образовательного туризма сдерживается комплексом взаимосвязанных проблем институционального, финансового и информационного характера. Ключевыми ограничивающими факторами выступают:

- А. Организационные сложности во взаимодействии между заинтересованными сторонами.
- Б. Недостаточная информированность потребителей.
- В. Дефицит методических материалов и наработок.
- Г. Ограниченная финансовая доступность услуг.

Все представленные барьеры носят сугубо организационно-управленческий характер, что говорит о низкой степени межведомственного взаимодействия на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Рекомендации

В качестве приоритетных направлений развития детского и молодежного образовательного туризма в Российской Федерации целесообразно выделить следующие мероприятия:

1. **Внедрение эффективных механизмов межведомственного взаимодействия в вопросах нормативно-правового регулирования детского и молодежного образовательного туризма в Российской Федерации.**
2. **Определение детского и молодежного образовательного туризма как приоритетного направления государственной политики в сфере туризма, образования и молодежной политики.**
3. **Разработка и внедрение целевой модели развития детского и молодежного образовательного туризма в субъектах Российской Федерации.**

Текущая ситуация, при которой более 53% детей не выезжают за пределы своего региона, а 37% школьников не участвуют в образовательных путешествиях из-за их отсутствия, является прямым индикатором недостаточного внимания к данному направлению на региональном уровне.

Внедрение в субъектах Российской Федерации целевой модели развития детского и молодежного образовательного туризма как инструмента стратегического планирования и управленческого сопровождения позволит обеспечить:

- **реализацию целенаправленной информационной политики**, обеспечивающей системное информирование всех категорий участников через различные каналы коммуникации, включая существующие цифровые ресурсы;
- **развитие организационно-управленческих механизмов**, способствующих эффективному взаимодействию между участниками образовательного процесса и организаторами программ детского и молодежного образовательного туризма;
- **разработку и внедрение единого подхода по организации образовательных программ путешествий в системе дополнительного образования детей**, в том числе с применением социального заказа при реализации дополнительных общеобразовательных программ.

Включение поездок в программы дополнительного образования позволит централизованно разработать и внедрить типовые учебно-методические комплексы (УМК), в которых нуждаются 53% педагогов, а также целенаправленно реализовывать запрос старшеклассников на профессиональную ориентацию (83–85% заинтересованы в профессиональной ориентации);

- **стимулирование развития межрегиональных маршрутов по образовательным программам путешествий для детей и молодежи;**
- **тиражирование успешных практик по созданию типовых программ детского и молодежного образовательного туризма**, в том числе на основе опыта реализации программы «Классная страна» АНО «Агентства стратегических инициатив по продвижению новых проектов»;

- **формирование комплексной системы финансирования программ детского и молодежного образовательного туризма для детей, в том числе из семей с низкими доходами, находящимися в трудной жизненной ситуации, многодетных и др., посредством внедрения механизмов социального заказа, государственно-частного партнерства, «гибких платежей» (рассрочек), софинансирования и др.**
- **разработку и внедрение мониторинга оценки долгосрочных эффектов от участия детей и молодежи в образовательном туризме.**

Таким образом, реализация обозначенного комплекса мероприятий позволит обеспечить системное преодоление ограничений и кардинальное повышение роли образовательного туризма в Российской Федерации. В перспективе данная деятельность должна быть преобразована в эффективный инструментарий, обеспечивающий достижение национальных целей развития Российской Федерации и способствующий повышению качества жизни населения.

Узнавай страну
не только
по учебникам!

