

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНИХ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧАВИЩОЇ ОСВІТИ
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**Актуальні проблеми та тенденції розвитку
молодіжного туризму**

Виконавець: студент 501з групи Пономаренко Віта Анатоліївна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Ткачук Леоніла Миколаївна**

Нормоконтролер: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

КИЇВ - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	6
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 Молодіжний туризм як об'єкт наукового дослідження	6
1.2 Історія виникнення та розвитку молодіжного туризму в Україні та світі	10
1.3 Організація та методика проведення дослідження актуальних проблем та сучасних тенденцій молодіжного туризму	16
Висновки до першого розділу	21
РОЗДІЛ 2	22
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ГЕОГРАФІЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	22
2.1 Особливості формування попиту на програми молодіжного відпочинку	22
2.2 Видове різноманіття та особливості організації молодіжного туризму	26
2.3 Найпопулярніші дестинації молодіжного туризму у світі.....	29
Висновки до другого розділу	33
РОЗДІЛ 3	34
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	34
3.1 Сучасний стан та тенденції розвитку молодіжного туризму в Україні	34
3.2 Авторський тур молодіжного відпочинку в Україні	47
Висновки до третього розділу.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	57
Додаток А.....	57

ВСТУП

Актуальність дослідження. В останні роки туризм почав стрімкіше розвиватися і став масовим соціально-економічним явищем міжнародного значення. Такому поширенню сприяло розширення міжнародних економічних, політичних, культурних та наукових зв'язків. Важливим є також те, що масовий розвиток туризму дає змогу мільйонам людей розширити знання з історії своєї батьківщини та інших країн, познайомитися з визначними пам'ятками, культурою, традиціями того чи іншого регіону.

Світові тенденції розвитку туристських подорожей свідчать про збільшення частки молодіжного туризму. Молоді люди становлять більше 57% від усіх туристів. На сьогодні у світі функціонує понад 300 організацій молодіжного туризму. Щорічно до міжнародного молодіжного туристського обміну долучаються понад 25 млн. молодих людей. Згідно з даними, опублікованими Всесвітньою туристською організацією, більше 20% міжнародного туристичного ринку припадає на молодіжний туризм. Оцінки експертів свідчать, що цей вид туризму щорічно збільшується на 3-5%. Отже, молодіжний туризм за темпами розвитку випереджає всі інші види туризму і потребує ретельного вивчення.

Розвиток молодіжного туризму має бути направлений на забезпечення доступності складових індустрії туризму для вищезазначеної категорії, адже саме молодіжний туризм має патріотично-виховне значення, дає змогу в молодому віці не тільки пізнати свою країну і весь світ, але й реалізувати конституційне право кожної людини на відпочинок.

Процес розвитку молодіжного туризму потребує систематизації досліджень у цьому напрямку, аналізу актуальних проблем та тенденцій його розвитку.

Історичні етапи розвитку молодіжного туристського руху в Україні та світі розкривають публікації Квартальнова В. А., Федорченко В. К., Крючкова А. А., Шаповал Г. Ф., Зінченко В. А. Питанням туристичної класифікації займалися Кузик С. П., Грабовський Ю. А., Бейдик О. О., Любіцева О. О., Горбань Г. П., Скалій О. В., Кіптенко В. К. Дослідження у сфері молодіжного туризму здійснювали

Колотуха О. В., Обозний В. В, Костриця М. Ю., Остапець О. О., Палаткіна Г. В., Пілат І. Н., Колесник О. О., Чорненька Н. В., Діденко К. Д., Дроздовська-Ілмаз О. В. Дослідженням розвитку і функціонування різних складових національного туристського ринку займалися і займаються такі вчені: Агафонова Л. Г., Бейдик О. О., Герасименко Б. І., Долішній М. І., Євдокименко В. К., Кифяк В. Ф., Кравців В. С., Кузнєцова Н. Н., Любіцева О. О., Мальська М. П., Новикова В. І., Попович С. І., Сокол Т. Г., Федорченко В. К., Цибух В. І., Чоботар Ю. Н., Школа І. М. та інші.

Незважаючи на велику кількість досліджень, детальний аналіз проблем та перспектив розвитку молодіжного туризму в нашій державі не проводився, тому досі існує велика кількість проблемних питань, які потребують більш детального вивчення.

Мета дослідження полягає у теоретичному аналізі та емпіричному дослідженні сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні.

Відповідно до мети було визначено такі **завдання дослідження**:

- виявити сутність і науково обґрунтувати концептуальні засади молодіжного туризму;
- розкрити особливості організації та географії молодіжного туризму;
- дослідити сучасний стан та тенденції розвитку молодіжного туризму в Україні;
- розробити авторський тур молодіжного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження - молодіжний туризм.

Предмет дослідження - актуальні проблеми та тенденції розвитку молодіжного туризму в Україні.

Для досягнення мети та вирішення поставлених завдань використовувалися такі **методи дослідження**: теоретичні - аналіз, синтез, порівняння наукової літератури для визначення ступеня розробки досліджуваної проблеми; узагальнення з метою обґрунтування поняття «молодіжний туризм», визначення специфіки сучасних проблем та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні; розкриття

генезису розвитку та видової різноманітності молодіжного туризму; особливостей формування попиту на молодіжні туристичні програми, а також найпопулярніші DESTINATIONI молодіжного туризму у світі; емпіричні - анкетування, що дозволило визначити сучасний стан ринку молодіжного туризму, виявити туристичні вподобання молоді, особливості сезонності подорожей молодих туристів тощо; математичні й статистичні методи для кількісного та якісного аналізу даних, отриманих внаслідок проведення емпіричного дослідження.

Наукова новизна проведеного дослідження виявляється в тому, що:

- *уточнено* поняття «туризм», «молодь», «турист», «туристичний продукт», «туристичний попит», «молодіжний туризм», «DESTINATIONI».

- *подальшого розвитку* набуло вивчення сучасного стану, тенденцій та проблем розвитку молодіжного туризму в Україні.

Практична значущість дослідження полягає у розробці авторського туру молодіжного туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження. За темою дипломної роботи опубліковано _____.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінок, з них 52 сторінки основного тексту.

РОЗДІЛ 1.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Молодіжний туризм як об'єкт наукового дослідження

Сьогодні туризм став частиною способу життя більше третини людства, а участь у туристичному процесі може розглядатися як складова якості життя. У системі розвитку світового туризму молодіжний туризм займає сьогодні значне і особливе місце.

Молодіжний туризм є одним з найбільш динамічних та перспективних напрямків розвитку туристичного бізнесу. Він спрямований на виконання завдання щодо виховання молодого покоління, підвищення освітнього та культурного рівня молоді, сприяння загальному зціленню нації та задоволенню рекреаційних потреб особистості.

Перш ніж розглянути поняття «молодіжного туризму», вважаємо за доцільне визначитися з поняттями «туризм», «турист» та «молодь».

Отже, дефініція «туризм» походить від французького *tourisme* (*tour*) - обхід, об'їзд, прогулянка, поїздка, подорож [1, с. 29].

Вперше цілісне визначення туризму надав у 1979 р. Лейпер, який розглядав його як систему, що складається з таких компонентів як географічні елементи, які, у свою чергу, підрозділяються на регіон, що породжує туристів, транзитний регіон, регіон туристичної дестинації; туристи та туристична індустрія [2, с. 89].

За визначенням В. Азара, туризм - це велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством в цілому.

Організація Об'єднаних Націй у 1954 році прийняла наступну дефініцію туризму і трактує її як активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання [2, с. 104].

Найбільш універсальне, уніфіковане визначення туризму використовується у його статистиці. Якщо розглядати туризм з точки зору статистики, то туризм - це одна із форм міграції населення, що не пов'язана зі зміною постійного місця проживання чи трудової діяльності. Появу даної дефініції в першій половині XX ст. обумовили стрімкий розвиток туристичних потоків, зростання економічної ролі туризму в світі і, як наслідок, спроба проведення статистичного обліку подорожуючих. Для цілей статистики подорожуюча людина іменується «відвідувачем» [3, с. 127].

Визначення, прийняте Всесвітньою туристичною організацією, використовується в усіх її країнах-членах, в тому числі й в Україні. У нашій державі дана дефініція прописана у законі України «Про туризм» і трактує туризм як тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю [4].

Отже, можна стверджувати, що туризм - це певний різновид рекреації пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання та особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виділяються в самостійну галузь господарства.

Вважаємо, за доцільне розглянути поняття «молодь» як одну з головних дефініцій дослідження.

В. Т. Лісовський один з перших дослідників вітчизняної соціології дав визначення даній категорії. Він визначає молодь як покоління людей, що проходять стадію соціалізації, засвоюють, а в більш зрілому віці вже засвоїли, освітні, професійні, культурні й інші соціальні функції; залежно від конкретних історичних умов вікові критерії молоді можуть коливатись від 16 до 30 років» [2, с. 120].

Більш пізніше і точніше визначення було дано І. С. Коном: «Молодь - соціально-демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального становища і зумовлених тим і іншим соціально-психологічних властивостей. Молодість, як визначена фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові межі, пов'язаний з нею соціальний

статус і соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу і залежать від суспільного устрою, культури і притаманних даному суспільству особливостей соціалізації» .

В. І. Чупров визначає молодь як «соціально-демографічну групу, виділену на основі зумовлених віком особливостей соціального стану молодих людей, їх місця і функцій у соціальній структурі суспільства, специфічних інтересів і цінностей» .

Існує також нормативно-юридичний критерій визначення віку молоді, як соціальної групи суспільства. Згідно із сучасним українським законодавством до молоді варто відносити людей у віці з 14 до 35 років [3, с. 129].

До основних характеристик цього життєвого періоду належать нестабільність соціального й економічного становища, матеріальна залежність від родини або системи соціального забезпечення.

Молодь має рухливі границі свого віку, вони залежать від соціально-економічного розвитку суспільства, рівня культури, умов життя. Молодь характеризується тими суспільними відносинами й суспільними формами, які визначають її як самостійну соціально-демографічну групу. Молодь має ряд особливостей, що впливають, насамперед із самої її об'єктивної сутності. Соціальні особливості молоді визначаються специфічною позицією, що вона займає в процесі відтворення соціальної структури, а також здатністю не тільки успадковувати, але й перетворювати сформовані суспільні відносини. Протиріччя, що виникають усередині цього процесу, лежать в основі цілого комплексу специфічних молодіжних проблем.

Туристами ж можна вважати осіб, які подорожують у місцях, що знаходяться поза межами їхнього постійного перебування, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою дозвілля і відпочинку, відвідування знайомих і родичів, вирішення службових питань тощо.

Аналіз міжнародного, національного законодавства та огляд іноземних наукових робіт дозволяє дійти висновку, що спільними для цих джерел та переважно визначальними для змісту поняття «турист» є такі елементи:

1) особи, які здійснюють подорож, перебування, реалізуючи своє право на пересування (реалізація права на пересування);

2) знаходження осіб за межами місця постійного перебування, звичайного середовища в іншому місці, країні;

3) мета подорожі (відвідин) – туристична, не передбачає одержання доходу (витратний, споживчий характер перебування).

Отже, визначивши, дефініції «туризм», «турист», і «молодь» та виділивши її, як окрему соціально-демографічну групу, необхідно визначити поняття «молодіжний туризм».

Г. В. Палаткіна визначає молодіжний туризм як спосіб передачі новому поколінню накопиченого людством життєвого досвіду і матеріально-культурної спадщини, формування ціннісних орієнтацій, морального оздоровлення та культурного розвитку нації, один зі шляхів соціалізації особистості [8, с. 74].

М. Д. Біржаков трактує молодіжний туризм як конкретний вид туристської діяльності юнацтва та підлітків, що реалізується як на регіональному, так і на національному рівнях [2, с. 127].

Отже, молодіжний туризм - це рекреаційні заходи, для молоді віком від 18 до 35 років, пов'язані з пізнавальною, оздоровчою, спортивною та культурно-розважальною діяльністю, які відбуваються поза межами постійного місця проживання та навчання, без мети отримання прибутку у місці перебування. Характеризується переважно активним, насиченим та дешевим відпочинком.

У функції молодіжного туризму входять: ознайомлення з історичною та культурною спадщиною своєї країни та інших держав, пробудження в молодих людях почуття національної самосвідомості, виховання поваги і терпимості до побуту і звичаїв інших національностей і народів; забезпечення багатостороннього розвитку особистості. Саме походи, поїздки, екскурсії можуть дати підростаючому поколінню можливість для підвищення свого інтелектуального рівня, розвитку спостережливості, здатності сприймати красу навколишнього світу; зняття фізичної втоми, психологічної напруги і стресів; розвиток комунікабельності,

самодисципліни, адаптації до умов сучасного життя; формування здорового способу життя людини і суспільства в цілому.

Отже, молодіжний туризм включає в себе практично всі категорії подорожей, його специфікою є лише вік відпочиваючих. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, до молодіжного туризму відносяться поїздки людей у віці від 14 до 44 років.

1.2 Історія виникнення та розвитку молодіжного туризму в Україні та світі

Рекреаційно-просвітницькі подорожі існували ще в стародавньому Єгипті. Є свідчення, що в останньому були мандрівки заможних осіб, які вирушали на пошук розваг, досвіду та відпочинку. Привілейовані групи населення мандрівництвом займалися для морального та матеріального задоволення [9].

Греки мали схожі традиції. Вони їхали щоб прийняти участь у Піфійських іграх (музичні та спортивні змагання) або на ранніх Олімпійських іграх.

Геродот (між 490 і 480 - бл. 425 до н. е.), давньогрецький письменник, що мандрував, який цікавився історією та етнологією, він відвідав Єгипет, Північну Африку, Чорне море, Месопотамію та Італію, запровадив нову дослідницьку подорож.

У Римі, завдяки розвитку інфраструктури, подорожі набули великого значення. Близько 300 року нашої ери там існувала дорожня мережа з 90 000 кілометрів основних магістралей та 200 000 кілометрів менших сільських доріг. Це полегшувало не лише перевезення солдатів та вантажів, а й здійснення приватних подорожей. Перш за все, від цієї системи виграли заможні мандрівники, які шукали нових місць для відпочинку.

Мобільність середньовічного корпоративного суспільства формувалася завдяки власним формам та розумінням подорожей, пристосованих до різних груп, включаючи торговців, студентів, солдатів, паломників, мандрівників, жебраків та грабіжників.

Ранньою формою та попередником сучасного туризму були грандіозні поїздки, які здійснили молоді шляхтичі між 16-18 століттями. Ці поїздки мали власну нову структуру, чітко визначену статусом: первісною метою було розширити освіту, позначити кінець дитинства та набути і відточити знання відповідного етикету, що відповідав би їхньому соціальному статусу; проте з часом дозвілля та задоволення ставали все більш важливими за освіту.

Аристократи подорожували кінями в оточенні репетиторів, наставників, домашніх слуг, та іншого персоналу, які забезпечували безпеку, комфорт, освіту, нагляд та задоволення потреб подорожуючого.

З Англії мандрували, наприклад, до Франції та Італії. Поїздки до класичних місць Італії були головною точкою подорожі, але великі міста були також в пріоритеті: Лондон, Париж, Амстердам, Мадрид, Мюнхен, Відень та Прага [9].

Під час подорожі молоді аристократи відвідували королівські двори та дворянські маєтки, адже, зрештою, однією метою було навчити їх відповідного етикету та соціальних грацій через практику.

В епоху Просвітництва «навчальні мандрівки», які проводився вищим та середнім класом, стали важливим етапом розвитку туризму.

Подорожі освічених молодих людей середнього класу наслідували і видатні поети та філософи, наприклад, Жан-Жак Руссо (1712–1778), Шарль Барон де Монтеск'є (1689–1755), Йоганн Вольфганг фон Гете (1749–1832), Готхолд Ефрем Лессінг (1729–1781), Йоганн Готфрід Гердер (1744–1803) та багато інших. Усі вони подорожували до Італії чи Франції в пошуках нових знань, досвіду та натхнення [9].

«Навчальні подорожі» розширювались із включенням інших верств населення. Люди подорожували і досліджували сільську місцевість та міста, відвідували визначні пам'ятки, вивчали культуру, мистецтво; поглиблювали своє розуміння природи.

Поряд із освітніми та мистецькими подорожами для середнього класу, була розроблена і форма подорожей, яка була орієнтована на культуру, промисловість та технології. Це були подорожі по збору інформації, зумовлені професійними інтересами та економічними мотивами. Представники середніх верств

підприємницьких верств подорожували до Франції, Великобританії та Німеччини з чіткою метою дізнатися про технологічний прогрес та інновації.

На етапі з 18 століття до першої третини 19 століття, туристичні подорожі залишалися прикутими до заможних дворян і освічених професіоналів. Для них подорожі були показовим вираженням їхнього соціального статусу.

На той час виділяються дві характеристики туризму: з одного боку, пошук насолоди все більше витісняє освітні аспекти; а з іншого, заможні представники середніх класів прагнули наслідувати мандрівну поведінку вельмож та вищих середніх класів [9].

Період з першої третини 19 століття і близько до 1950 року став свідком початку всебічного процесу, який характеризувався прототиповим піднесенням культури подорожей середнього класу та його формуванням, популяризацією та диверсифікацією.

Це підготувало шлях до розвитку масового туризму, впізнаваного сучасними концепціями проведення дозвілля. Розвиток прогресував епізодично і спирався на низку змін соціальних умов та факторів. До найважливіших, безсумнівно, належать не тільки просування індустріалізації, демографічні зміни, війни, урбанізація та революція в транспорті, але також поліпшення соціальних та трудових прав, зростання реального доходу та пов'язані з цим зміни споживчого попиту.

Останній період розвитку туризму охоплює повоєнний період і триває наших днів. Зростання туризму після війни відбувалося повільно, наприклад, Німеччина, Австрія та Швейцарія залишалися довго обмеженими лише на внутрішні напрямки.

Вершина європейського туризму розпочалася у 1960-х роках: у відповідь на нововведення ринкової економіки комерційні туроператори та туристичні компанії трансформували природу конкуренції за рахунок дедалі дешевших пропозицій, просуваючи її у напрямку масового туризму, запроваджуючи нові напрямки та режими відпочинку. Було створено багато туристичних агентств та туристичних організацій.

Однак збільшення туристичного трафіку натякає на ще одне соціальне та структурне розширення, вплив якого набирає сили з 1990-х років. Відпустка та

подорожі стають доступними для все ширших верств населення, наприклад, для сільського населення, пенсіонерів, жінок тощо [9].

Варто зазначити, що історія туризму в Україні, й особливо молодіжного вивчена недостатньо. Інтерес до історії розвитку туристської галузі в Україні зріс після проголошення незалежності.

Туризм в Україні розпочинався з мандрівництва. Від паломницьких та мандрівок з метою торгівлі подорожі еволюціонували до організованих народознавчих мандрівок по території України у XIX ст. та індивідуального мандрівництва. Такому екскурсійному руху сприяли громадські та культурні організації - «Руська трійця», «Просвіта», що мали великий вплив на молодь [10].

Серед основних чинників виникнення і розвитку туризму в Україні важливе місце посідає музейна справа. Наприкінці XIX ст. на українських землях починають виникати самодіяльні туристичні об'єднання. Створюється Кримсько-Кавказький гірський клуб, який мав свої відділення по різних містах України, Росії, Прибалтики, Кавказу, і який став першим в Російській імперії організовувати багатоденні походи. В Західній Україні туристичною діяльністю цікавилися спортивні товариства «Січ», «Пласт». У 1900 р. в м. Станіслав було засноване туристичне товариство «Чорногора», а у 1924 р. у Львові туристично-краєзнавче товариство «Плай. Культурнонаукова громадськість (М. Грушевський, В. Щербина, Й. Гермайсе, В. Артоболевський, Д. Щербаківський, М. Біляшівський, С. Русова та ін.) намагалися через екскурсійно-туристичну діяльність відродити історичну пам'ять українського народу, сформувані у людей необхідність збереження пам'яток історії, сприяти духовному розвитку народу. [11, с. 134]

Починаючи з 1920-х рр. XX ст. створюється система спеціалізованих туристсько-екскурсійних закладів - екскурсійні бюро, туристські бази, станції, пункти прокату тощо.

Активність масового туристсько-екскурсійного руху в Україні спостерігалася в 1960-1980-х рр. XX ст. Цьому сприяло зростання матеріального достатку громадян України, збільшення тривалості відпустки, розвиток транспорту та транспортних

артерії, розширення сервісного обслуговування, мережі підприємств роздрібної торгівлі та громадського харчування, культурно-просвітницьких закладів.

Однак, незважаючи на значні темпи зростання місткості туристичних підприємств в Україні в 1960-1980-х рр. XX ст., забезпечення населення місцями в закладах готельного типу складало в середині 1980-х рр. лише 1,4 місця на 1000 ч., за норми - 18 місць [10].

Масштабною діяльністю в розвитку внутрішнього туризму в 1970-1980-х рр. займалася єдина туристично-екскурсійна система профспілок (діяла з 1936 р.). В Україні керівництво Центральної Ради з туризму та екскурсій (ЦРТЕ) здійснювала Українська республіканська рада з туризму та екскурсій.

Поряд з міжнародними туристськими обмінами радянських профспілок 25 травня 1958 р. Постановою комісії ЦК КПСС в рамках Комітету молодіжних організацій СРСР було започатковано організаційне начало молодіжному туризму - Бюро міжнародного молодіжного туризму (БММТ) «Супутник».

БММТ «Супутник» разом з «Інтуристом» і ЦРТЕ у 1970-1980-х рр. XX ст. складали трійку провідних туристичних організацій Радянського Союзу. Були створені його республіканські крайові та обласні відділення []. Завдання БММТ полягало в проведенні туристичних подорожей зарубіжної молоді по Радянському Союзу і радянської молоді за кордон на доступних для неї умовах, здійсненні оперативно-господарського керівництва туристськими таборами, базами, маршрутами, розробці планів будівництва [10].

Наприкінці 1980-х рр. XX ст. БММТ «Супутник» було укладено угоду про співробітництво з більш ніж 500 організаціями з 100 країн світу. В цей час у Радянському Союзі функціонувало 200 бюро «Супутник», понад 30 молодіжних центрів, таборів та готелів. Для молоді було відкрито близько 2,5 тисяч об'єктів показу. Потрібно зазначити, що БММТ «Супутник» займалось організацією тільки групових турів для молодих людей. Послуга розміщення надавалася в готелях туристичного класу, в кімнатах на 2-4 особи із зручностями на поверсі. Триразове харчування організовувалось в ресторанах чи кафе.

На кінець 1980-х рр. БММТ «Супутник» на Україні мав у своєму розпорядженні досить потужну матеріально-технічну базу, яка складалася з 8 об'єктів: міжнародні молодіжні центри «Супутник» (сmt. Гурзуф в Криму), «Верховина» (с. Кам'яниця Ужгородського району Закарпатської обл.); міжнародний туристичний табір «Славутич» (м. Канів); туристичний центр «Крокус» (сmt. Вишків Івано-Франківської обл.); готелі «Мир» (м. Київ), «Юність» (м. Одеса), «Супутник» (м. Львів), «Дружба» (м. Луганськ) [11, с. 140].

Але для задоволення зростаючих потреб в розміщенні молоді, що подорожує, як на міжнародних так і на внутрішніх маршрутах, матеріальнотехнічної бази «Супутника» було недостатньо. Про це свідчила постанова Ради Міністрів УРСР «Про заходи з подальшого розвитку молодіжного туризму в Українській РСР» від 27 вересня 1974 року в якій йшлося про виділення додаткових місць в готелях, ресторанах і кафе [12, с. 98].

Таким чином, протягом 1970-1980-х років в Україні було закладено матеріально-технічну базу та організаційні основи молодіжного туризму завдяки діяльності БММТ «Супутник».

Сьогодні в Україні надзвичайно гостро стоїть проблема розвитку інфраструктури молодіжного туризму. З розпадом СРСР в нашій країні була дезорганізована злагоджена робота БММТ «Супутник». Більшість об'єктів матеріально-технічної бази «Супутника» перестали виконувати свої функції. Так наприклад, міжнародний молодіжний центр «Супутник», що в Гурзуфі було пристосовано під звичайний будинок відпочинку, міжнародний туристичний табір «Славутич» (м. Канів) використовується як офіс для розміщення державних та громадських організацій тощо. Через брак недорогих засобів розміщення, люди з невисоким рівнем доходів, в тому числі і молодь, позбавлені можливостей подорожувати [10].

В світі існує практика створення молодіжних хостелів, що з'являються в Європі вже на початку XX століття. Міжнародна федерація молодіжних хостелів Hostelling International - найбільша в світі мережа молодіжних хостелів і нараховує більше 7600 молодіжних хостелів в 96 країнах світу. В Україні вже зроблені спроби

створення хостелів. В червні 2003 року була зареєстрована Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація (ВМХА) для якої Український інститут підприємства (УІП) розробив наукову концепцію розвитку. Відповідно до цієї концепції головною вимогою до розташування хостелів є їхнє розміщення в перспективних центрах молодіжного і дитячого туризму, в малих історичних містах. В липні 2005 року в м. Львові відбувся Всеукраїнський навчально-методичний семінар «Розвиток мережі молодіжних готелів (хостелів)», де обговорювалися проблеми створення та діяльності хостелів як об'єктів молодіжного туризму.

1.3 Організація та методика проведення дослідження актуальних проблем та сучасних тенденцій молодіжного туризму

Молодіжний туризм уявляє собою особливий вид подорожей, в яких молодь відпочиває великими компаніями, об'єднаними спільною метою і бажанням пізнати світ. Якщо говорити про молодіжний туризм, слід особливо відмітити, що саме ця сфера подорожей є дуже перспективною. Головною метою молодіжного туризму є пізнання світу, дуже корисні і популярні поїздки по своїй країні. Приголомшливі перспективи, що розкриваються в поїздки, дають можливість пізнати історію і багато нового.

Подорожі сприяють формуванню їх світогляду, опануванню нових цінностей, які в подальшому будуть впроваджуватись ними у практику. Від цих цінностей багато в чому буде залежати модель соціокультурної реальності суспільства в майбутньому. Завдяки туристичним подорожам молодь активно взаємодіє з представниками інших народів і культур, що сприяє формуванню єдиного соціокультурного простору. Тому в системі світового туристичного розвитку особливого значення набуває молодіжний туризм.

Наразі молодь вважається найбільш подорожуючим сегментом населення земної кулі. Водночас ціновий фактор має вирішальне значення для представників цієї категорії. Молоді мандрівники - це: 1) економні споживачі, які купують

туристські продукти, послуги та маршрути відповідно до їх індивідуальних потреб, інтересів і гаманцю; 2) більшість молодих людей, які бажають відпочивати так, як їм подобається, самі планують та організовують своє дозвілля, обираючи час навчання або канікул; 3) молодь відрізняє оперативність у прийнятті рішень туристичного характеру та бажання за короткий період часу отримати максимальну кількість атракцій за умови гнучкої ціни; 4) вони заповзятливі, для них подорожі становлять невід'ємну частину їхнього життєвого досвіду [13, с. 237].

Молодіжний туризм справляє позитивний вплив на місцеву економіку. Дослідження Всесвітньої конфедерації подорожей молодих студентів і викладачів (WYSE Travel Confederation) доводять, що загальні туристські витрати молоді збільшуються швидше, ніж туристичні витрати інших категорій населення (в середньому зростання становить 8% на рік). Молоді туристи зазвичай подорожують частіше і затримуються довше, і тому витрачають більше, ніж туристи середнього віку, незважаючи на те, що їхні щоденні витрати скромніші. Грошові суми, які в середньому витрачають молодь і студенти, за останні 5 років збільшилися на 40% - до 1900 євро за поїздку [14, с. 46].

Насамперед молодіжний туризм безпосередньо приносить дохід представникам малого і середнього бізнесу, тому відіграє важливу роль у створенні робочих місць для цих верств місцевого населення.

Представники туристичного бізнесу багатьох країн усвідомлюють важливість цієї цільової групи. Для цього розробляються спеціальні «молодіжні» туристичні програми - спортивні, пригодницькі тощо; пропонуються спеціальні пакети турів або послуг зі знижками; з'являється все більше хостелів та інших бюджетних місць розміщення. Відпочинок для молоді манить численними знижками. Пільги для студентів та молодих науковців стають звичним та поширеним явищем [15, с. 174].

ISIC – International Student Identity Card (міжнародне посвідчення особи і статусу учня/студента), є єдиним визнаним у світі посвідченням особи та статусу учня. Це посвідчення випускається в 120 країнах світу, надає понад 41 тис. знижок та пільг власникам посвідчення. Програма підтримується на державному рівні і налічує 4,5 млн членів спільноти ISIC. Власниками ISIC можуть стати учні

загальноосвітніх шкіл у віці від 12 до 18 років, студенти та аспіранти денних і вечірніх відділень державних і комерційних навчальних закладів [16].

У межах Європейського союзу створено безліч установ та організацій для допомоги й організації туристичних поїздок студентів і молоді. Конституція Європейського союзу вперше посиляється на туризм як на стимул для розвитку молодіжних поїздок. Європейська комісія наголошує: «заохочування молоді до мандрівок, здобуття нових знань і демократизація молодіжних поїздок є важливими проблемами для всіх тих, хто будує нову Європу».

Спектр молодіжного та студентського туризму розширився з появою стилю самостійних поїздок - «бекпекінгу». Також важливим ринком молодіжного та студентського туризму для деяких країн є молодіжне волонтерство. Як приклад можна навести Гондурас, що розпочав програму наукового академічного волонтерського освітнього туризму (SAVE), спрямовану на залучення туристів до моніторингу природних і культурних пам'яток. Ці SAVE-туристи розглядаються як космополітичні відвідувачі зі ступенями у вищій освіті, котрі оцінюватимуть різноманітний і унікальний досвід, який може запропонувати Гондурас. Однією з нових ініціатив Європейського союзу є Європейський союз солідарності - організація, яка створює можливості для молоді, котра може брати добровільну участь у проектах як у своїй країні, так і за кордоном [16].

Проекти Європейської солідарності будуть доступні для людей від 18 до 30 років. Після реєстрації учасники Європейської групи солідарності можуть бути відібрані й запрошені для участі в багатьох проектах: допомозі в запобіганні стихійним лихам або відновленню після цього, наданні допомоги центрам прохачів притулку або рішенні різних соціальних проблем у громадах. Проекти, підтримувані Корпусом Європейської солідарності, можуть тривати від двох до дванадцяти місяців, зазвичай, будуть розташовані в державах - членах Європейського союзу.

Важливою тенденцією в розвитку молодіжного та студентського туризму є творчий туризм, зокрема мовний, оскільки молодь прагне використати мандрівку для особистого розвитку.

Отже, окрім відчутного впливу на соціально-економічне життя країни, можна спостерігати зміну системи цінностей у самої молоді. Більшість молодих туристів зазначає, що туризм приносить користь їхньому саморозвитку, збагачує їхній духовний світ, розширює світогляд. Вони стають активнішими, самовпевненішими, поступливішими. Більшість молодих туристів починає з більшою повагою ставитися до культур інших народів. А також під час подорожей і походів як по своїх країнах, так і в інших країнах туристи знайомляться з країною, її людьми, їхнім життям і національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють свої знання в багатьох галузях, таких як ботаніка, зоологія, географія, геологія, метеорологія й астрономія, сільське і лісове господарство, історія і культура. Правильно організована подорож або похід школяра або студента здійснює важливий внесок у розвиток загальноосвітньої підготовки.

Щодо України, молодіжний туризм в ній чітко не окреслений і сьогодні: пропозиції туристичних фірм спрямовані переважно на організацію сімейного відпочинку, екскурсійні тури розраховані на туристів інших вікових категорій. Тому більшість молодих самі організовують своє дозвілля. У зв'язку з євроінтеграційними процесами в Україні актуалізується вивчення світового досвіду організації студентського дозвілля і потреб європейського студентства [15, с. 176].

До проблем, що підлягають вирішенню для забезпечення сталого розвитку вітчизняної сфери молодіжного туризму, належить: руйнація системи соціального туризму; практична недоступність туризму для малозабезпечених верств населення; через відсутність достатньої кількості економічно обґрунтованих пропозицій відпочинку для молоді на туристичному ринку розвивається самодіяльний туризм, який не завжди являється правильно організованим, а в деяких випадках взагалі нести шкоду для здоров'я; також однією з головних проблем, яка гальмує розвиток молодіжного туризму, є відсутність його чітких визначень.

Отже, молодіжний туризм вимагає до себе всебічної пильної уваги держави, органів управління і молодіжних організацій у зв'язку з тим, що рівень доходів цієї категорії населення насправді не створює сприятливих умов для подорожей і

відпочинку. Позитивна політика в цій галузі має виражатися в наданні максимальних можливостей і пільг та у підтримці молодіжних ініціатив.

Висновки до першого розділу

Аналіз наукового доробку в дослідженні засвідчив, що нині молодіжний туризм - це один із сегментів ринку, який розвивається найдинамічніше. Збільшення міжнародних молодіжних поїздок за останні десятиріччя викликало пильну увагу науковців, котрі окреслили головні проблеми молодіжного туризму.

Одним із головних висновків є те, що молодіжний туризм стимулюється бажанням молодих людей контактувати з іншими культурами й налагодити нові дружні відносини. Це свідчить про те, що така форма туризму є необхідним потенціалом для сприяння миру і взаєморозумінню між країнами. Можна також стверджувати, що молодіжний туризм впливає як на саму особистість, так і на розвиток туристичної галузі загалом.

Результати досліджень західних туризмознавців і досвід організації молодіжного туризму у світі можуть стати показовим досвідом для українських фахівців, які розробляють молодіжну політику в Україні.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ГЕОГРАФІЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Особливості формування попиту на програми молодіжного відпочинку

Потреба подорожувати формується поступово як результат пошуку вражень, які відрізняються від повсякденних. Молодь хоче пізнати нове природне середовище, ознайомитися з іншими ландшафтами, відкрити нові культури, побувати в незвичному культурному оточенні. Тобто виникає бажання побачити те, що знаходиться далеко від місця постійного проживання. Таким чином, формується архетип (прообраз) подорожі як елемент індивідуальної і колективної свідомості, що спричинює потенційний попит.

Ключова проблема ефективного управління туристичною індустрією полягає в ідентифікації, стимулюванні та задоволенні поточних потреб молодих людей (реальний попит).

Туристичним попитом визначають суспільну потребу в туристичному продукті.

Згідно із Законом України «Про туризм» «туристичний продукт - це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)» [4].

Туристичний продукт складається з трьох частин: туру - комплексу послуг з перевезення, харчування туристів, екскурсійних послуг, а також послуг гідів, перекладачів та інших, що надаються залежно від мети подорожі; туристсько-екскурсійних послуг; товарів.

Турист - це відвідувач, тобто особа, котра подорожує і перебуває в місцях, що знаходяться за межами її звичайного середовища перебування, на строк не більше 12 місяців з будь-якою ціллю, крім діяльності, що оплачується з джерел місць відвідування.

Туристів класифікують в залежності від активності (ті, що надають перевагу спокійному відпочинку, задоволенням, активному відпочинку, спортивному відпочинку, пригодам, а також ті, що відпочивають з ціллю пізнання та навчання), в залежності від стилю відпочинку (ті, що люблять насолоду та проявляють високі вимоги до якості відпочинку, тенденційні туристи - ті, що відпочивають з високими вимогами, але яким не потрібні умови класу люкс, сімейні туристи, відпочиваючі).

Туристичні оператори - це юридичні особи, що є створеними згідно з чинним законодавством України, для яких діяльністю є організація та забезпечення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність по наданню характерних та супутніх послуг, і які у встановленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [4-7].

Туристичні агенти - це юридичні особи, створені згідно з законодавством, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, котрі здійснюють посередницьку діяльність по реалізації туристичного продукту туристичних операторів туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність з реалізації характерних і супутніх послуг і котрі у встановленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність.

Туристський попит - підтверджені платоспроможністю туристські потреби населення, виражені в певній кількості туристського продукту, які воно може придбати при існуючих цінах. На споживчий попит впливають політична і економічна стабільність держави, кліматичні умови, географічні умови, демографічний чинник, психологічні чинники, споживчі, смаки туристів, число туристів, дохід, ціни туристських продуктів, очікування [18, с. 56].

До критеріїв, що характеризують структуру туристичного попиту відносять:

1. Географічні. Сегментування за географічними параметрами передбачає розподіл попиту на географічні одиниці: внутрішній, в'їзний, виїзний туризм - в залежності від країни постійного проживання туриста; туризм по частинах світу, країнах, регіонах, містах - в залежності від географічної цілі туристичної мандрівки.

2. Соціально-демографічні. Сегментування за соціально-демографічними параметрами передбачає визначення попиту за певними характеристиками туриста: вік, стать, професія, величина населеного пункту, де постійно проживає турист, кількість членів родини, які супроводжують туриста, тип сім'ї, національність, релігійні переконання, дохід сім'ї, дохід на одного члена сім'ї, наявність власних транспортних засобів.

3. Психолого-поведінкові критерії туристичної поведінки включають: мотив поїздки, психологічний портрет туриста, сезонність, вибір тур оператора, форма поїздки, транспортні засоби, що використовуються, дальність поїздки, тривалість поїздки, джерела фінансування поїздки, консультанти і посередники в прийнятті рішення про здійснення туристичної поїздки [19, с. 239].

На підставі досліджень останніх років виявлено, що попит на туристичні програми змінився і на сучасному етапі тенденції в попиті є такими:

- перехід від активного до пасивного відпочинку,
- спеціалізація і індивідуалізація в попиті,
- експансія в'їзного туризму,
- екологізація мислення споживача,
- інтенсифікація туристичного відпочинку,
- розділення основної відпустки [20, с. 137].

Треба враховувати, що попит на туристичні послуги певної території також багато в чому залежить від властивих їй політичних та соціальних умов. Здебільшого людина не може побачити турпродукт до споживання, яке здійснюється безпосередньо в місці створення. Користувач долає відстань, що відділяє його від продукту і місця споживання, а не навпаки. Не можна досягти високої якості туристичних послуг за наявності навіть незначних недоліків в обслуговуванні, оскільки саме дрібні деталі складають основу конкурентоспроможності в туристичній сфері. На оцінку якості турпродукту великий вплив справляють особи та чинники, що не відносяться до пакета послуг (місцеві жителі, члени туристичної групи, спонтанні політичні обставини).

Задоволеність послугою залежить і від зовнішніх факторів, які мають, як правило, форс-мажорний характер (природні умови, міжнародні події тощо).

Також попит туристичних програм для молоді, зазвичай розглядається з позиції вигідності цін. Він показує кількість турпродукту, який туристи купуватимуть за різними можливими цінами. Між ринковою ціною туристського продукту і його кількістю, на яку є попит, завжди існує певне співвідношення. Цей взаємозв'язок між ціною і кількістю продукту, що купується, називається графіком попиту або кривої попиту. Висока ціна туристського продукту обмежує попит на нього. Зменшення ціни на цей туристський продукт, як правило, обумовлює зростання попиту. Існує закон попиту, сенс якого полягає в тому, що величина попиту зростає при зниженні ціни і зменшується при підвищенні ціни. Якщо ціна якого-небудь турпродукту підвищується при незмінності інших умов туристського ринку, то попит на цей турпродукт зменшується. Або, якщо на туристський ринок приходить велика кількість турпродуктів, то за інших рівних умов ціна на нього зменшується [19, с. 241].

Згідно з цим законом існує негативний зв'язок між кількістю певного блага, яке люди купуватимуть, і ціною, яку вони мають платити для його придбання. При вищих цінах купуватимуть менше, при нижчих - більше. Величина туристського попиту визначається чисельністю покупців туристичного продукту при певній ціні.

Важливим є те, що попит на туристський продукт змінюється. Ця зміна (еластичність) залежить від виду турпродукта і соціального шару, до якого відносяться споживачі.

Розрізняють зміну величини попиту та зміну характеру попиту. Характер попиту змінюється тоді, коли змінюються чинники, які раніше вважалися постійними. Величина попиту змінюється тоді, коли змінюється тільки ціна даного туристського продукту. Еластичність (E) визначається як відношення зростання об'єму попиту або кількості туристського продукту (у %), до зниження ціни (у %). Еластичний попит ($E > 1$), нееластичний попит ($E < 1$), одинична еластичність попиту ($E = 1$) виступають показниками відносної залежності реалізації туристського продукту від зміни ціни [20, с. 239].

Висока еластичність попиту означає, що туристи надзвичайно чутливі до будь-якої зміни ціни. Попит є нееластичним, коли процентна зміна величини попиту менше процентної зміни ціни [21, с. 243].

Отже, необхідно зауважити, що, по-перше, на туристський попит впливають також сезонні коливання і нерівномірність туристського потоку. Зменшення цих негативних явищ можливе при застосуванні методу диференціації цін на елементи обслуговування по сезону, а також через зниження ємкості перевезень туристів. По-друге, у зв'язку з сезонними коливаннями попиту існує так званий феномен насичення, внаслідок чого виділяють чітко окреслені туристичні зони за певними чинниками: сонце-море, відпочинок-лікування, спорт тощо. По-третє, пропозиція туристичних послуг не відрізняється гнучким виробництвом. Певними туристичними послугами можна скористатись лише на місці, вони не можуть пересуватися у просторі пристосовуватися до змін попиту (послуги готелів, санаторіїв, баз відпочинку тощо). Також відмітимо, що окрім покупця і продавця в механізм туристського ринку включається величезна кількість посередницьких ланок.

2.2 Видове різноманіття та особливості організації молодіжного туризму

Молодь країни є основою соціально-економічного та інноваційного розвитку будь-якої держави. Молодіжний туризм - це нова, швидко зростаюча туристична галузь у світі, орієнтована на підлітків та молодь.

Молодіжний туризм включає молодіжні поїздки, пов'язані з пізнавальними, оздоровчими, спортивними, волонтерськими, культурними та дозвіллями поза межами місця проживання та навчання. Для нього характерні переважно активний, насичений та недорогий відпочинок, планування подорожей в Інтернеті, більш гнучкі графіки, часті, але короткострокові поїздки.

Види молодіжного туризму [22, с. 105]:

1) Розважальний туризм: Розважальний туризм включає відвідування нічних клубів, парків розваг, ковзанок, різноманітні концерти, покази мод тощо.

2) Освітній туризм: На сьогоднішній день існує багато програм міжнародного обміну студентами. Їх мета - отримання всебічної освіти, мовної підготовки та зближення культур і народів. Міжнародна програма Au Pair, доступна для людей віком від 18 до 26 років, дуже популярна. Не потрібно бути студентом для участі, головне мати середню освіту. У цих рамках молода людина живе за кордоном в чужій родині, вдосконалює свою розмовну іноземну мову, знайомиться з іноземною культурою.

3) Екстремальними видами туризму, які користуються популярністю у молоді, є: дайвінг, гірські та водні лижі, рафтинг, каякінг, печера, катання на лижах, скелелазіння, альпінізм та льодолазіння. Молодь найбільше зацікавлена в активному відпочинку, і багато туристичні компанії сьогодні організовують спеціалізовані молодіжні тури, розроблені для енергійної молоді та пропонують їм такі види відпочинку [22, с. 109]:

- Гірські тури - це похід в гори. Для подорожей на схилах та хребтах, через перевали та гірські потоки.
- Водні тури - екскурсія по морях, озерах, річках і водоймах на човні, байдарці та інших видах водного транспорту.
- Велосипедні тури - це поїздки на велосипедах по дорогах, різні види покриття, яри, піски, гірські стежки.
- Спелеотерапія - відвідування природних чи штучних печер та лабіринтів. Вони цікаві різноманітністю рельєфу.
- Пішохідні тури - найпопулярніший вид відпочинку. Піші прогулянки можна організувати майже в будь-якій місцевості. Для цього не потрібно спеціальної підготовки та обладнання.

За рівнем попиту існує три види туризму: внутрішній, в'їзний та виїзний.

Внутрішній туризм є одним із пріоритетних видів туристичної діяльності в Україні - тимчасовий виїзд громадян певної країни з місця постійного проживання в

межах національних кордонів тієї ж країни для відпочинку, задоволення пізнавального попиту, спорту та інших туристичних цілей [22, с. 11].

Виїзний туризм - це подорож резидента певної країни до іншої країни.

В'їзний туризм - це подорож всередині країни осіб, які не проживають у цій країні.

Існує три категорії туризму за типами:

1. Міжнародний туризм є важливим напрямом міжнародного співробітництва в конкретних заходах, заснованих на повазі національної культури та історії кожної нації та основних інтересів кожної держави; - це сфера розвитку взаєморозуміння між народами та ознайомлення з досягненнями інших країн у різних галузях, включаючи економічну, соціальну, культурну, науково-технічну тощо. Міжнародний туризм складається з в'їзного туризму та виїзного туризму.

2. Національний туризм - це стан і розвиток туризму в середині національних кордонів; частка туризму в національній економіці у сфері невиробничих послуг; це система координації та співпраці державних, громадських та економічних організацій у сфері національної туристичної політики. Національний туризм включає внутрішній туризм і виїзний туризм.

3. Туризм у межах країни [23, с. 96].

Також виокремлюють соціальний туризм — це подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються з державного бюджету на соціальні потреби; громадський рух учасників соціального туризму; професійна діяльність з формування, просування та реалізації соціального туристського продукту.

Дана концепція реалізована на практиці у багатьох високорозвинених країнах світу, а саме в Швейцарії, Німеччині, Франції.

Тому, розглядаючи ці види туризму, можна зробити висновок, що молодіжний туризм має багатовекторну спрямованість. В Україні зараз молодіжний туризм розвивається переважно стихійно, не організовано, більшість туристичних компаній не розробляють спеціалізований туристичний продукт для цієї категорії споживачів, а програми розвитку молодіжного туризму недостатньо використовуються. У

зв'язку з цим необхідно розробити загальнодержавну програму розвитку молодіжного туризму.

2.3 Найпопулярніші DESTИНАЦІЇ молодіжного туризму у світі

Перш ніж описати найпопулярніші напрямки молодіжного туризму у світі, необхідно визначити дефініцію - «дестинація».

Дестинація (лат. Destino - «пункт призначення», «місцеположення») - географічна територія, яка приваблива для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристичних та рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, що доставляється споживачам як готовий туристичний продукт для задоволення їх різноманітних потреби. Іншими словами, це туристичне місце, де він чи вона повинні усвідомити мету своєї подорожі [1, с. 211].

Як визначено Всесвітньою організацією туризму: місце призначення - це фізичний простір, в якому відвідувач проводить щонайменше один день. Він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракціони, а також туристичні ресурси протягом одного дня подорожі. Цей простір має фізичні та адміністративні межі, які визначають його форму управління, імідж та репутацію, які впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» [23, с. 118]

А. І. Головчан пропонує визначити «туристичний напрямок» як місцевість певного масштабу з конкурентоспроможними туристичними ресурсами та підприємницькою інфраструктурою, яка створює та продає привабливі туристичні продукти, доповнені такою складовою, що не завдає шкоди туристичним ресурсам та навколишньому середовищу.

Т. І. Ткаченко розглядає туристичний напрямок як об'єкт (місто, область, район, населений пункт, місце, установа), який має туристичні та рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), привабливі для мандрівників, доступні завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), що подаються споживачеві у вигляді сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипу,

товарного знака тощо) у системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [24, с. 12].

Категорія, пов'язана з туристичним напрямком, - туристично приваблива територія, яку, як уже згадувалося, можна вважати місцевістю, що має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену логістичну базу туризму та доступну та достатню для туристичної інформації, яка б відповідала потреби туристів і забезпечують досягнення максимального соціально-економічного ефекту розвитку в межах своєї туристичної галузі [25, с. 172].

Тому туристичне місце як туристично приваблива територія - це місцевість, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену логістичну базу туризму та доступну та достатню для туриста інформацію про неї, яка б відповідала потребам туристів та забезпечувала максимум соціальних - економічний вплив від розвитку туризму. в межах туристичної галузі.

Видання «Lonely Planet» визначило «Топ-10 країн», «Топ-10 регіонів», «Топ-10 міст» та «Топ-10 оптимальних напрямків», які будуть популярні у 2020 році та актуальними для молоді [26].

Топ найкращих країн очолило королівство Бутан, яке знаходиться у південно-східній Азії. Цей крихітний шматок гімалайського раю керується суворою туристичною політикою, змушує мандрівників платити високу щоденну плату за перебування в країні. Та як зазначають експерти, окупністю для відвідувачів послугує можливість прогулятися гірськими стежками, в компанії людей, буддійські вірування яких створюють унікальне середовище.

На другому місці у рейтингу опинилась Англія. Експерти відзначили, що туристи можуть насолодитися спокійним відпочинком, чарівними прогулянками на пристані, поїданням смачної риби та чіпсів, пошуком скам'янілостей у древніх скелях, дельфінами на мальовничих пляжах – і це лише деякі заходи, які пропонує англійське узбережжя.

Замикає трійку лідерів Північна Македонія. Експерти відзначили, що туристам надана рідкісна можливість відсвяткувати ребрендинг країни. Така ситуація стосується Північної Македонії - місця, найвідомішого просто як Македонія , яка

вимагала свіжої позиції після десятиліть політичних дебатів з Грецією. Угода, підписана в 2018 році, забезпечила відчуття доброзичливої любові та оновлений міжнародний образ для крихтної нації в серці Балкан.

Також до Топ-10 країн увійшли Аруба, eSwatini (Свазіленд), Коста-Ріка, Нідерланди, Ліберія, Марокко та Уругвай.

Топ-10 найкращих міст для туризму очолив Зальцбург, розташований на заході Австрії. На думку експертів, Зальцбург - це завжди бурхливе свято опери, класичної музики та драми, яке варто відвідати.

На другому місті рейтингу опинився Вашингтон, США. Експерти зазначають, що цього року увага всього світу буде прикута до міста Вашингтон, округ Колумбія, коли там святкуватимуть 100-ту річницю 19-ї поправки - закону, який надає жінкам право голосу.

На третьому місті виявилася столиця Єгипту - Каїр. У 2020 рік відкривається сучасний найбільший у світі музей, повністю присвяченим одній цивілізації у Гізі, де буде представлена приголомшлива колекція багатств Стародавнього Єгипту.

Також Топ-10 найкращих туристичних міст увійшли: Голвей (Ірландія), Бонн (Німеччина), Ла-Пас (Болівія), Кочі (Індія), Ванкувер (Канада), Дубаї (ОАЕ) та Денвер (США) [26].

Топ-10 найкращих регіонів для відвідування очолив Середньоазіатський шовковий шлях. Експерти відзначили, що колись відомий торгівлею та мандрівниками регіон, знову опинився в центрі світового інтересу. Стародавні міста, галасливі базари та дикі пейзажі Центральної Азії привертають все більше відвідувачів, які шукають пригод.

На другому місці опинилась область Ле Марке, яка знаходиться в центральній Італія. Високогірні містечка, вершини пагорбів, фестивалів продовольства, палаци Ренесансу, мальовничі сільські місцевості та пляжі вирізняють цей регіон з поміж інших. У цьому році, наймальовничіше місто Ле Марке - Урбіно, проведе урочистості до 500-ї річниці з дня смерті великого художника Ренесансу - Рафаеля.

Трійку лідерів замикає Тхоку, Японія. У режимі «одужання» після спустошливого землетрусу та цунамі 2011 року, цей недостатньо туристський регіон

країни важко працював над відновленням транспортних зв'язків, розробкою нових пішохідних маршрутів на далекі відстані, а також відновленням та вдосконаленням туристичних об'єктів. Уже відомий в Японії своїми природними ландшафтами, культурною спадщиною, історичними фестивалями, гарною їжею та теплим прийомом, Тхоку стає ковтком свіжого повітря для відвідувачів, що втомилися від натовпу, і хочуть відпочити від буденності [26].

Також до Топ-10 найкращих туристичних регіонів увійшли: штат Мен (США); Острів Лорда Хоу (Австралія); провінція Гуйчжоу (Китай); провінція Кадіс (Іспанія); Північний схід Аргентини; Кварнерська затока (Хорватія) та Бразильська Амазонка.

Кращим оптимальним напрямком для відвідування у 2020 році експерти визначили провінцію в Індонезії - Східну Нуса-Тенгару. Згідно думок експертів, подорож до цієї провінції унікальна. Ці острови є домом незайманих пляжів, тиші і одним з кращих місць для дайвінгу в Індонезії.

На другому місці опинилася столиця Угорщини - Будапешт. Місто є головним культурним осередком країни, тут розташовані головні національні театри, музеї, мистецькі заклади освіти тощо. Також Будапешт відомий на весь світ великою кількістю термальних купалень.

Трійку лідерів замикає індійський штат Мадх'я-Прадеш. У заповідниках дикої природи Мадх'я-Прадеш, включаючи заповідник Бандхавгарх та Національний парк Пенч, можна спостерігати за тиграми; шпигувати за кабаном, плямистими оленями та мавпами Лангур у їх в природному середовищі існування. Це трохи інший досвід африканського сафарі. А в іншому кінці штату можна ознайомитись із знаменитими храмами Каджурахо, які внесені до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [26].

До Топ-10 кращих оптимальних напрямків також увійшли: Буффало, (штат Нью-Йорк, США); Азербайджан; Сербія; Туніс; Cape Winelands (Південна Африка); Афіни (Греція); Занзібар (Танзанія).

Висновки до другого розділу

Отже, в результаті проведеного теоретичного дослідження нами було встановлено, що туристський попит - це підтверджені платоспроможністю туристські потреби населення, виражені в певній кількості туристського продукту, які воно може придбати при існуючих цінах. На споживчий попит впливають політична і економічна стабільність держави, кліматичні умови, географічні умови, демографічний чинник, психологічні чинники, споживчі, смаки туристів, число туристів, дохід, ціни туристських продуктів, очікування.

Молодіжний туризм має багатовекторну спрямованість. В Україні, в даний час молодіжний туризм розвивається переважно стихійно, не організовано, більшість туристичних фірм не розробляє спеціалізованого туристичного продукту для цієї категорії споживачів, а програми розвитку молодіжного туризму реалізуються в недостатній мірі.

Туристична дестинація як туристично приваблива територія - місцевість, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму та доступну і достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії.

Один з найбільш популярних міжнародних туристичних ресурсів «Lonely Planet» опублікував список кращих туристичних напрямків для відвідування у 2020 році. Рейтинг Lonely Planet складено на підставі думок професійних мандрівників у категоріях «Топ країн», «Топ міст», «Топ регіонів» і «Топ оптимальних варіантів».

РОЗДІЛ 3

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Сучасний стан та тенденції розвитку молодіжного туризму в Україні

У даному підрозділі висвітлено методику та організацію емпіричного дослідження сучасного стану, тенденцій розвитку, проблем молодіжного туризму, а також вподобань та можливостей туристів.

Основною метою дослідження було проаналізувати особливості споживачів у сфері молодіжного туризму, виявити тенденції та проблеми розвитку, а також сучасний стан молодіжного туризму в Україні.

Завданнями нашого дослідження були поставлені:

- аналіз сучасного стану ринку молодіжного туризму;
- виявлення туристських вподобань молоді;
- виявлення сезонності подорожей;
- визначення основних проблем та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні;
- аналіз цінової політики молодіжних турів, а також фінансової спроможності молоді.

Отримати дані дослідження послугують при подальшій розробці та просуванні нового туристичного продукту, а саме авторського туру молодіжного відпочинку в Україні.

Отже, емпіричне дослідження проводилося в три етапи, а саме:

- розробка анкети для дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні;
- проведення опитування серед молоді;
- аналіз та інтерпретація результатів.

Нами було розроблено авторську анкету (Додаток А) для дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні. Опитувальник складається із 30 запитань відкритого і закритого типу.

Дослідження проводилося у січні 2020 року, в якому взяли участь 40 осіб віком від 17 до 34 років.

Аналіз отриманих даних показав, що у дослідженні прийняли участь 55% жінок і 45% чоловіків. 75% опитаних - міські жителі, 25% - сільські. За соціальним статусом опитані 37,5% - це студенти; 37,5% - робітники; 15% - тимчасово непрацює; 7,5% - школярі; 2,5% - це домогосподарки.

За сімейним станом 45% респондентів неодружені; 20% - одружені і 20% у тривалих стосунках, 15% - знаходяться у пошуку. 80% опитаних наразі ще не мають дітей.

65% респондентів проживають зі своїми батьками, 20% проживають окремо, 15% проживають з батьками чоловіка (дружини).

90% опитаних доводилося коли-небудь подорожувати і 10% - ніколи не подорожували. При цьому на питання «Чи любите Ви подорожувати?» позитивно відповіли 95% респондентів і негативно - лише 5%.

Метою подорожі у більшості респондентів є відпочинок, гостьова мета, спорт та навчання. Детальніше показники зображені на рисунку 3.1.

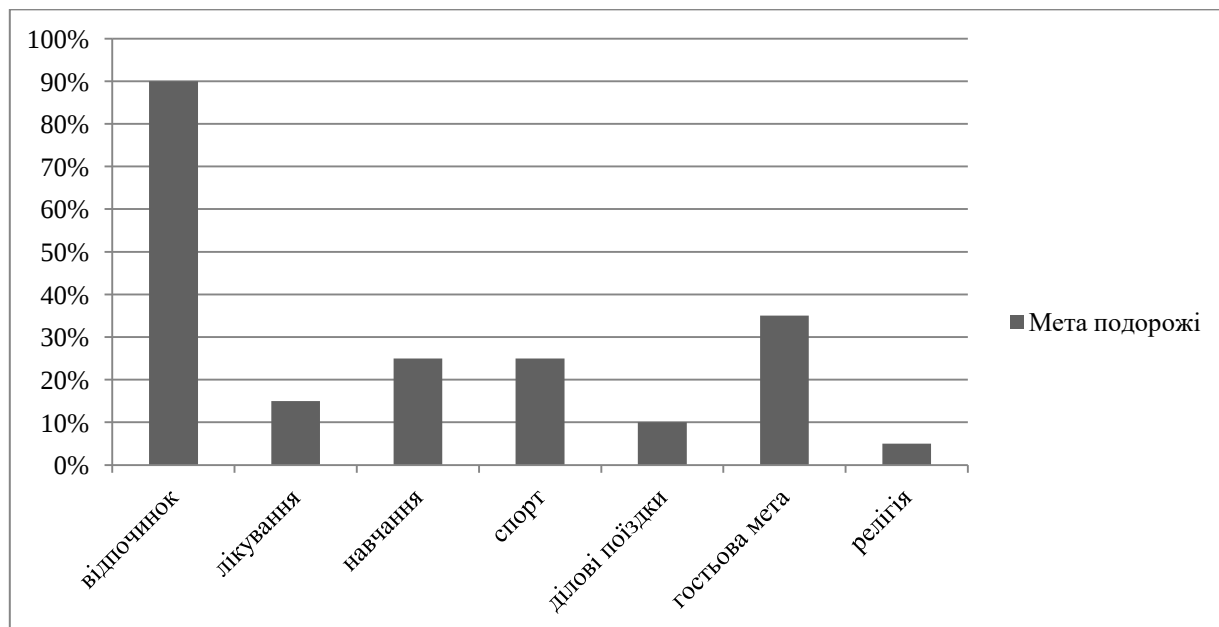


Рис. 3.1. Мета подорожі молоді

Отже, з вищезазначених показників випливає, що більшість молодих людей використовує подорож для відпочинку, а значить для відновлення фізичних сил та

психо-емоційного стану; гостьову мету, також обрала велика кількість опитуваних, це може означати, що відвідування знайомих, родичів та друзів дещо здешевлює подорож і вона стає більш доступною. Чимала кількість респондентів за мету подорожі обрали навчання та спорт, з цього випливає, що на сьогоднішній день в Україні та в світі в цілому, є велика кількість доступних програм обміну для навчання та волонтерства молоді, але важливий фактор впливає на участь у цих програмах - і це знання іноземної мови.

Мотивацією для більшості подорожей молоді слугує бажання відвідати нові місця, а також познайомитись з іншими культурами. Узагальнені дані представлені на рисунку 3.2.

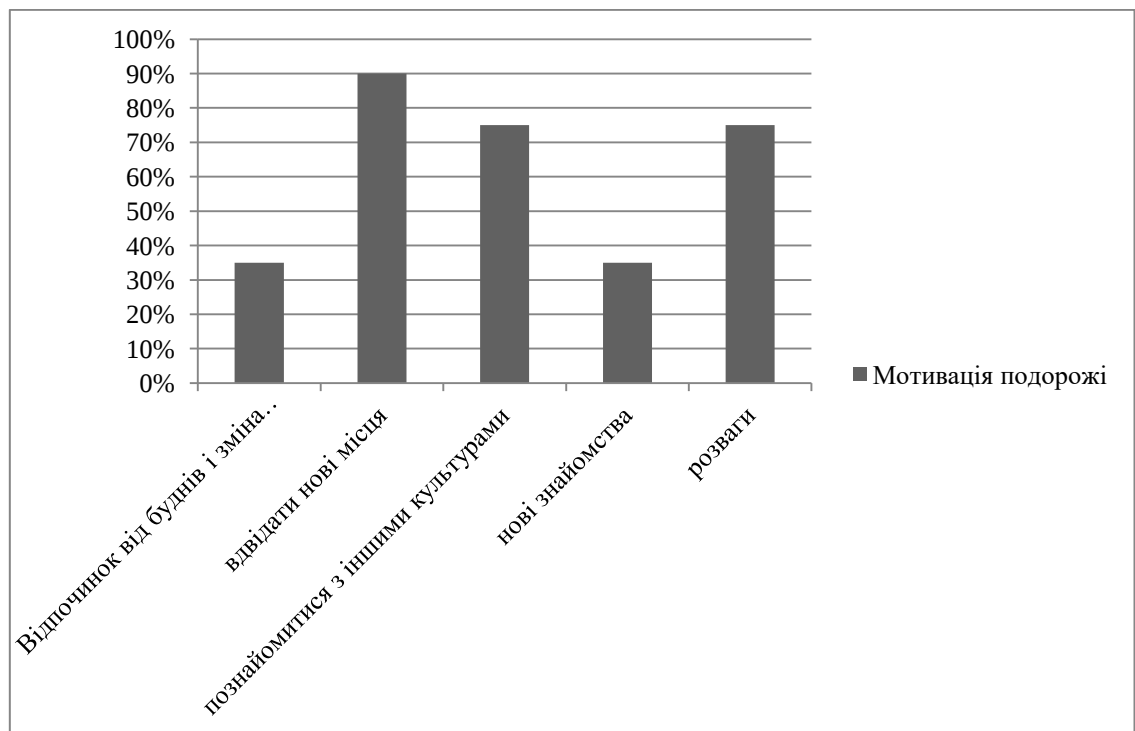


Рис. 3.2. Мотивація подорожі молоді

Опитані респонденти поділились своїми уподобаннями під час подорожі. Отже, 80% опитаних люблять екскурсії, 75% - поїздки на природу та походи; 40% гастрономія та бари; по 35% це пасивний відпочинок, сонячні ванни та купання. Треба зазначити, що більшість молоді любить активно-пізнавальні види відпочинку. Узагальнені дані представлені на рисунку 3.3.

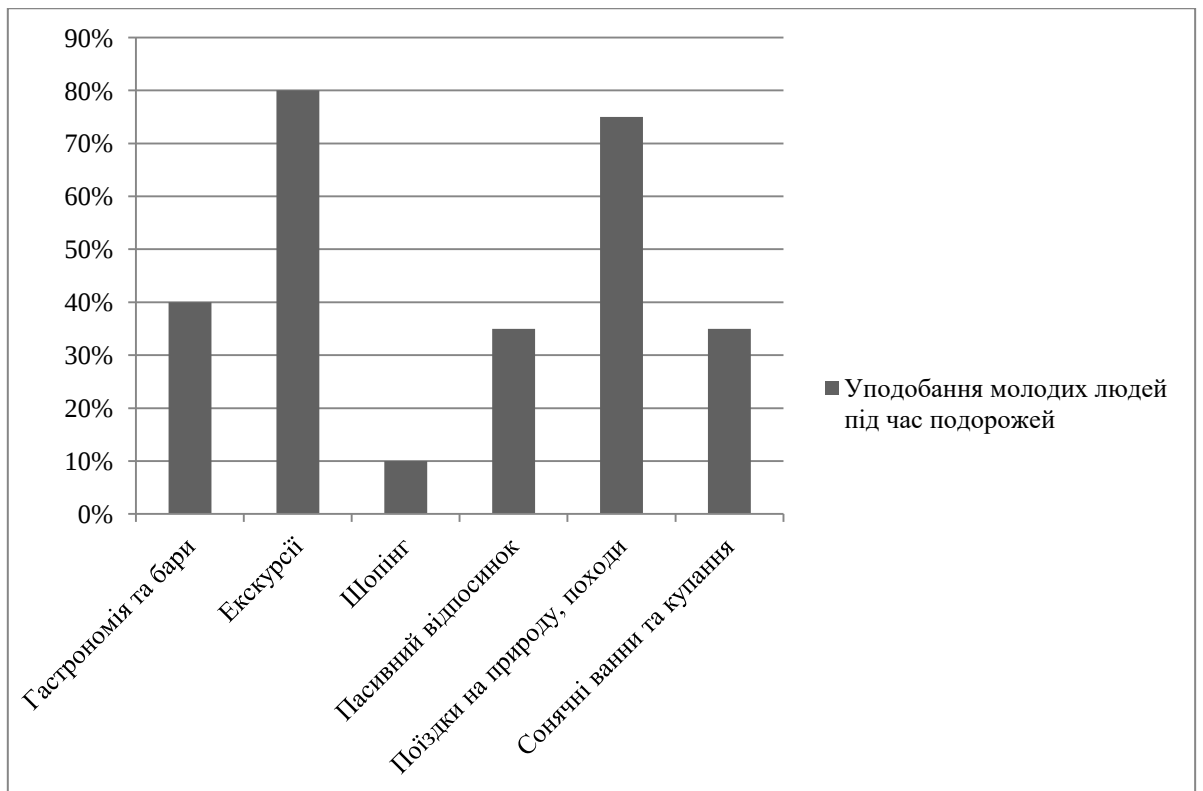


Рис. 3.3. Уподобання молоді під час подорожі

Найбільш привабливими місцями для відпочинку 80% з числа опитаної молоді вважають морські курорти; 75% - гірські райони, а 50% - культурно-історичні центри. Узагальнені показники зображені на рисунку 3.4.

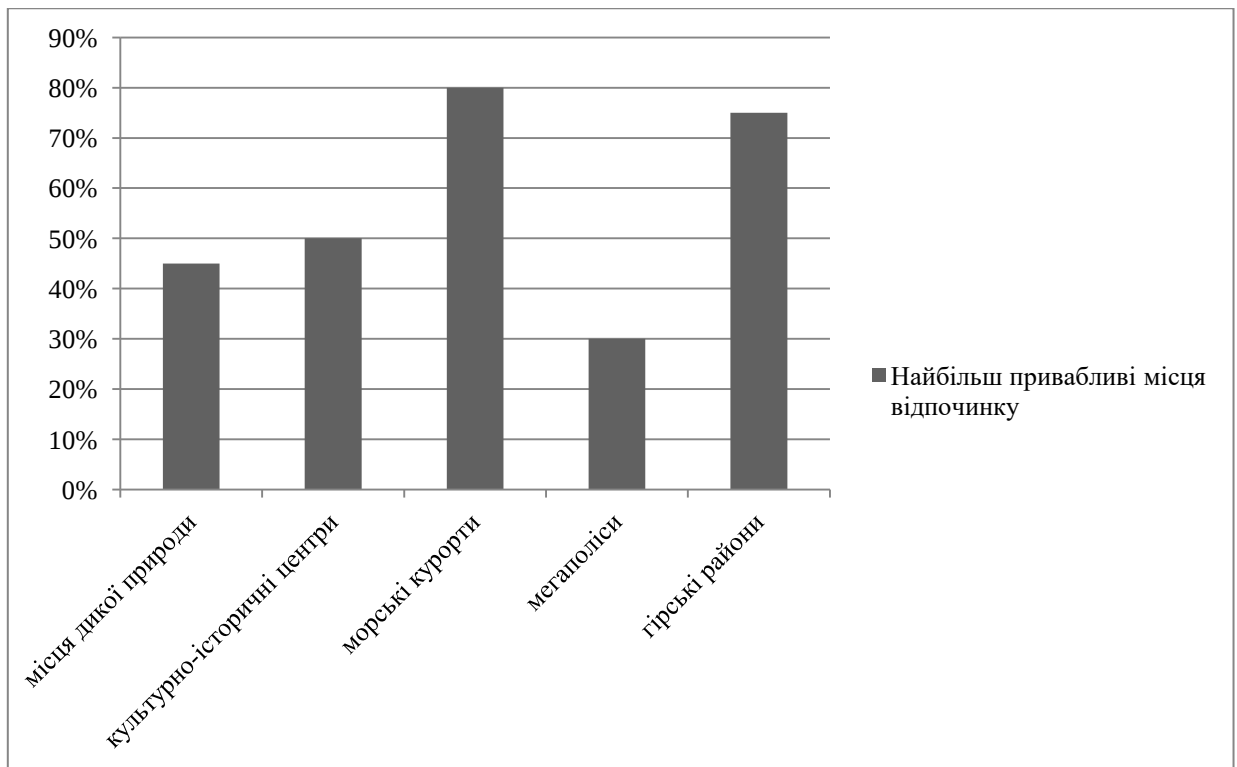


Рис. 3.4. Найбільш привабливі місця відпочинку для молоді

Аналізуючи питання фінансових можливостей молоді, ми отримали наступні результати, а саме: 50% опитаних зазначили, що їх фінансовий стан на задовільному рівні; 35% - має хороші фінансові можливості; 5% - відмінні; 5% - погані і також 5% - дуже погані. Отже, з цього випливає, що молодь має невисокі доходи і це можна віднести до основних обмежень молодіжного туризму.

Але молодь витрачає на подорож не тільки кошти, але і свій час. Брак часу, так само як і низький дохід, є значним бар'єром для подорожування. В останні роки особливої уваги набуло питання безпеки поїздок і це пов'язане саме із загрозою тероризму, а також війнами. Показники дослідження зображені на Рис. 3.5. Представлені на рисунку бар'єри неопосередкованим чином впливають на частоту та тривалість подорожі.

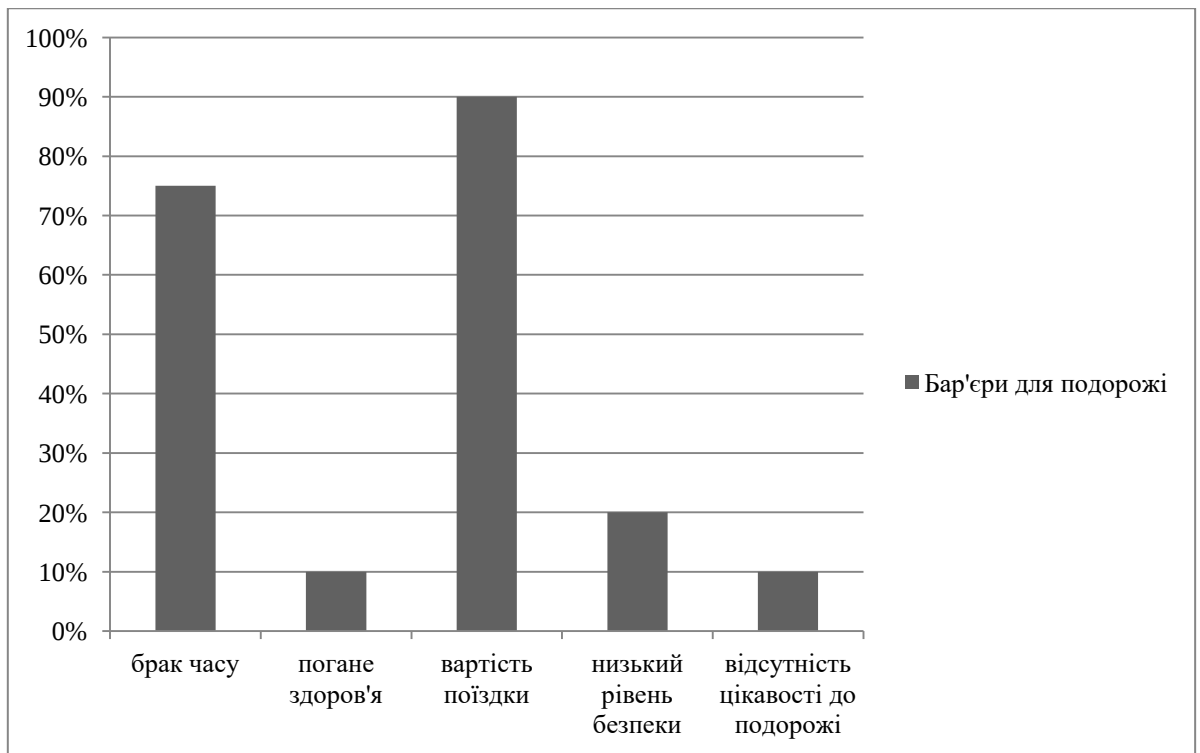


Рис. 3.5. Бар'єрами для здійснення подорожі

Наступним етапом нашого дослідження було визначення реальної частоти подорожей молоді. Отже, 75% опитаних подорожують раз на рік, 10% респондентів їдуть відпочивати раз на два роки, 10% - зазначили, що вони взагалі не подорожують і 5% - відпочивають раз на півроку. Узагальнені показники на рисунку 3.6.

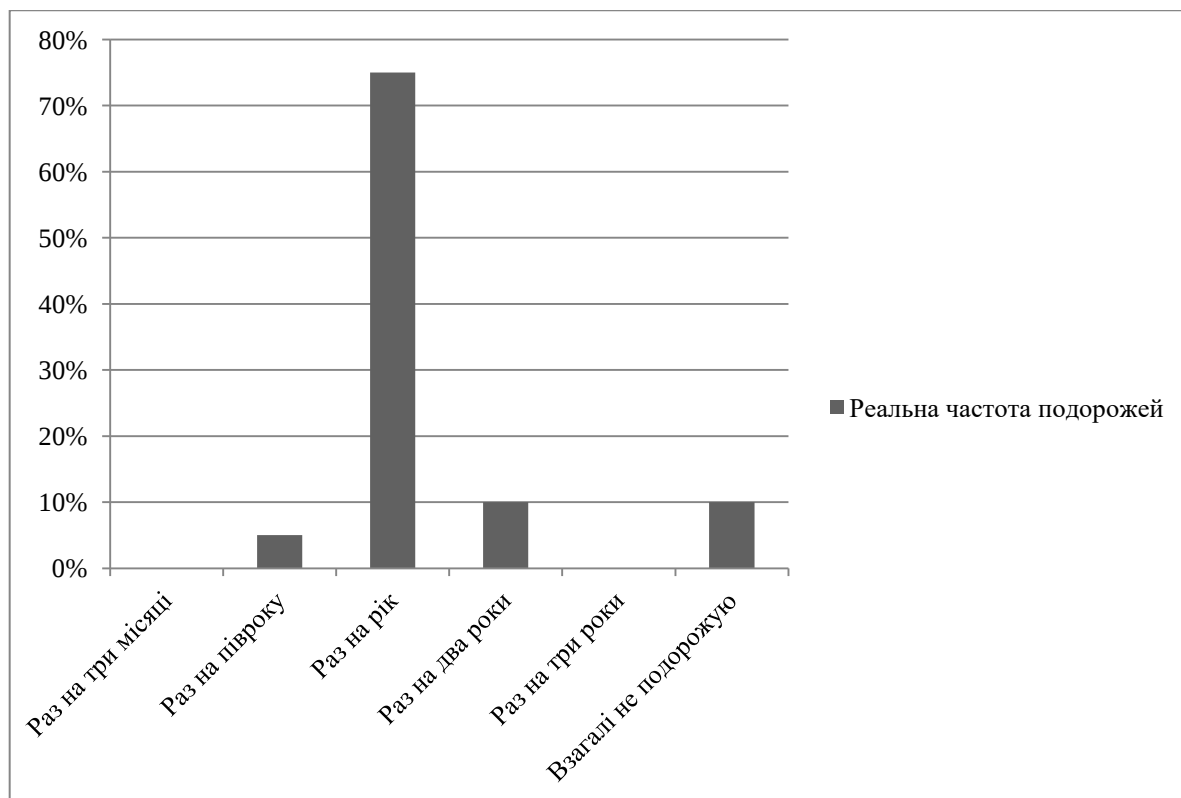


Рис. 3.6. Реальна частота подорожей

Але показники про бажану частоту подорожей дещо відмінні від попередніх. 45% - респондентів хотіли б подорожувати раз на півроку; 35% - раз на рік, а 20% - раз на три місяці.

Молодіжний туризм, як і туризм вцілому, потрапляє під фактор впливу сезонності. Найбільше респондентів (45%) хотіли б подорожувати влітку, 25% - хотіли б подорожувати взимку; 20% - восени і 10% - навесні.

Отже, з вище зазначеного випливає, що основними факторами, що впливають на сезонність молодіжного туризму, є наявність вільного часу і необхідні фінансові кошти. Виходячи з тимчасових обмежень, пов'язаних з навчальним процесом і роботою, молодь, має можливість подорожувати під час відпусток та канікул, які в основному припадають на літо і зиму.

Опитані респонденти зазначили, якби вони вирушали в подорож то 35% опитаних поїхали б відпочивати з друзями, 30% - з родиною, 20% - з групою; а 15% - самі.

Респонденти зазначили, якщо потрібна якась інформація про поїздку, то 35% займається її самостійним пошуком, у 30% випадків пошуком займається чоловік або дружина, 25% - покладається на туроператорів і лише 10% - звертається до знайомих. Таке відсоткове співвідношення відповідей показує, що лише четверть опитаних звертається за допомогою професіоналів, тобто туроператорів чи тур-фірм та намагаються самостійно організувати свій відпочинок і це наразі є важливою проблемою, яка потребує вирішення.

Також важливим аспектом дослідження молодіжного туризму є визначення рівня знань іноземних мов, адже це сприяє розширенню кругозору, збільшенню можливостей під час подорожі молоді, а також участь у міжнародних програмах обміну студентів та волонтерів.

Отже, на високому рівні іноземну мову знає лише 25% опитаних; на середньому - 35%; на початковому - 30%; не знають - 10%.

Вищезазначені результати показують, що більшість осіб знає іноземну мову на середньому рівні. Даний фактор може обмежувати туристів під час подорожі.

На питання «Чи звертаєте Ви увагу на відгуки про місце, в які збираєтеся їхати?» 45% опитаних відповіли - скоріше так, ніж ні; 25% - так; 20% - скоріше ні, ніж так; 10% - не звертають увагу на відгуки. Дані показники свідчать, що великий відсоток молоді цікавиться відгуками інших людей про те місце, до якого вони збираються вирушати і не їдуть «всліпу».

Наступним питанням ми намагалися з'ясувати середню тривалість молодіжних турів. 40% опитаних вказали 2-3 дні; наступні 40% - 5-7 днів; 10% - 10-14 днів і по 5% - тривалістю в один день, а також більше двох тижнів. На формування таких показників вплинув той фактор, що в Україні як і в більшості європейських країн існує два вихідних дні. Також досить популярними є тижневі та двотижневі подорожі. Більш тривалі тури користуються меншим попитом у молоді. Узагальнені показники зображені на рисунку 3.7.

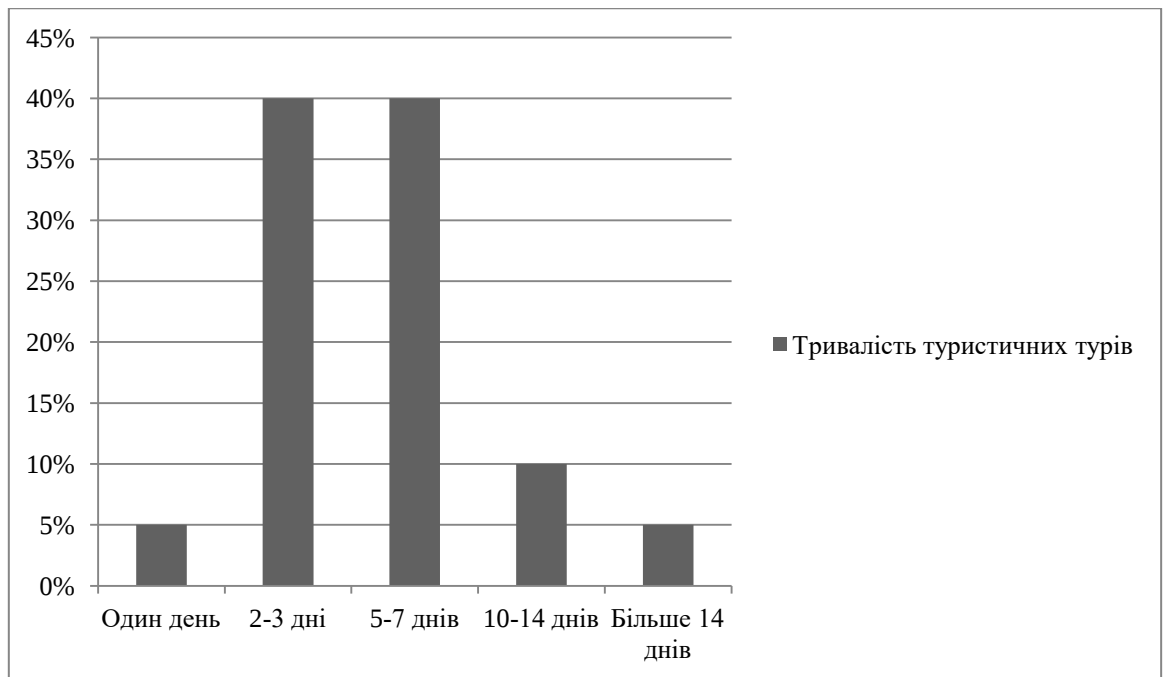


Рис. 3.7. Тривалість туристичних турів

На питання «Яку суму грошей можете Ви дозволити собі витратити під час подорожі?» 45% респондентів відповіли - від 100 до 500 доларів США; 35% готові витратити від 500 до 1000 доларів США; 10% респондентів можуть собі дозволити витратити до двох тисяч доларів, а 5% - можуть витратити 2-3 тисячі доларів. Отже, даний показник впливає на вибір, на якість та тривалість туристичної поїздки, а також безпосередньо залежить від рівня доходів громадян.

Наступними питаннями ми спробували визначити географію подорожей молоді. Отже, 40% молодих людей подорожує і своєю країною і виїжджає закордон; 30% - подорожує тільки Україною; 25% - виїжджали тільки закордон, а 5% - здійснює туристичні поїздки в межах своєї області. Вищезазначені показники свідчать про достатньо високу мобільність молоді, особливо це є вираженням в останні декілька років і безпосередньо пов'язано з євроінтеграцією країни. Узагальнені показники зображені на рисунку 3.8.

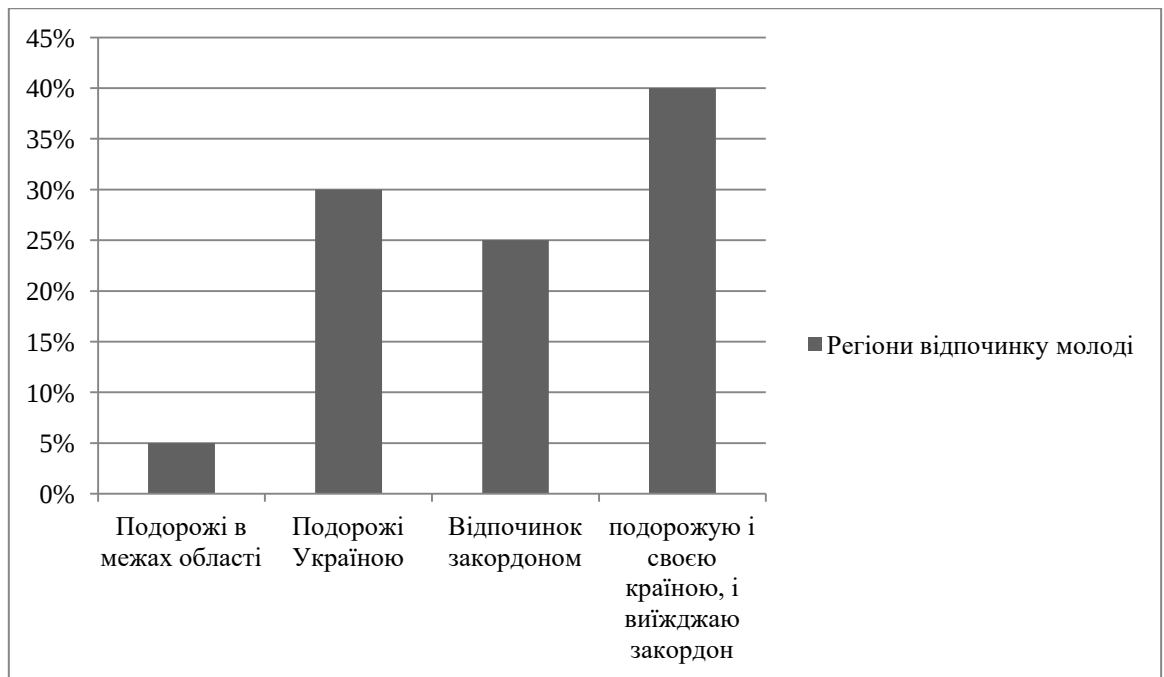


Рис. 3.8. Регіони відпочинку молоді

При плануванні своєї подорожі молодь зупиняється на виборі того чи іншого транспортного засобу. Транспортні перевезення є найважливішим складовим елементом туріндустрії і невід'ємною частиною турпродукту. У нашому випадку використання різних транспортних засобів була дана наступна оцінка.

Отже, найбільш популярними є залізничні перевезення (75%); автобусні (55%), авіа (40%), автомобільні (35%), інші види перевезення (25%).

Перевагою залізничного транспорту для молоді є невисокі тарифи на перевезення та можливість подорожувати з відносним комфортом. На сьогоднішній день особливою популярністю користуються автобусні екскурсійно-пізнавальні тури з відвідуванням декількох міст і визначних місць. Авіа перевезеннями в основному користуються молодь, яка купує путівку з вже врахованою сумою трансферу. Автомобільний транспорт - транспорт загального застосування, так як його можна використовувати всюди: від трансферів і екскурсій, до оренди автомобілів туристами для власного користування та відпочинку. Результати у відсотковому співвідношенні представлені на рисунку 3.9.

Отже, на вибір молоді щодо обрання того чи іншого виду транспорту для подорожі впливає платоспроможність туриста; вартість квитка; тривалість та час поїздки; комфорт, а також особливості туристичного маршруту.

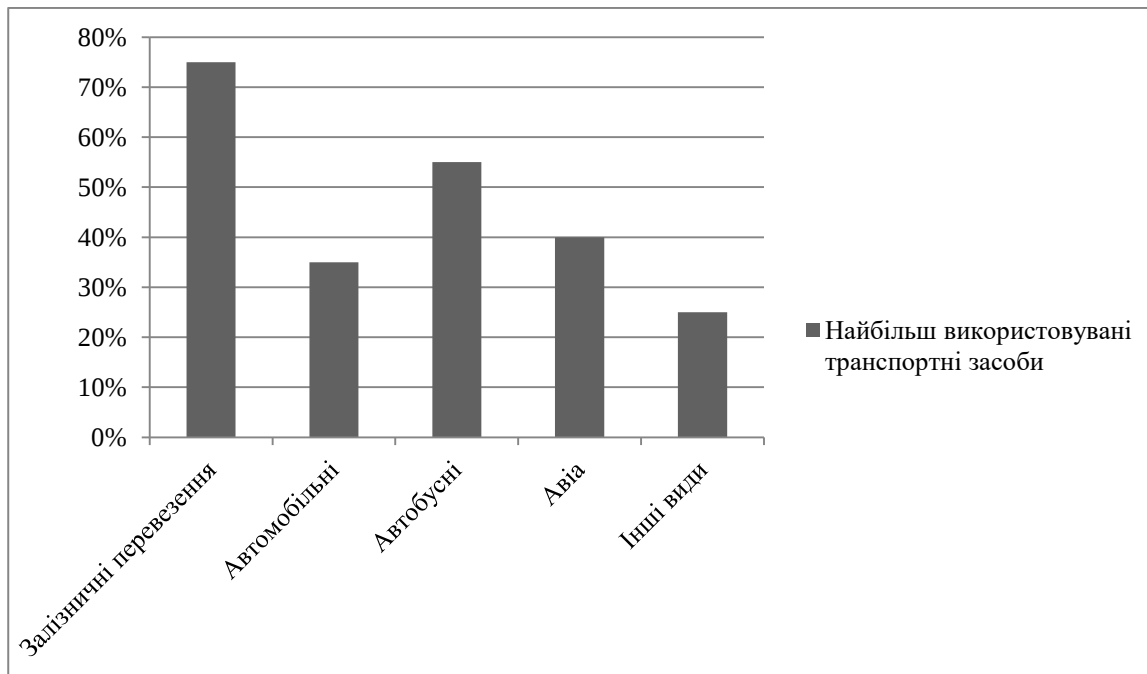


Рис. 3.9. Найбільш використовувані транспортні засоби

Наступне питання характеризує як зазвичай планує молодь своє знайомство з незнайомим містом. Отже, 35% респондентів заздалегідь самотійно планують свій маршрут та знайомлюються з картою міста; 25% - купують оглядову екскурсію; 20% - просять знайомих та рідних показати їм місто, і також 20% - приїжджають у центр і оглядають самотійно, без чіткого плану оглядають місто.

Опитана молодь зазначила, що використовує в першу чергу для орієнтації в незнайомому місті і пошуку пам'яток. Отже, більшість (40%) - використовує навігатор; 25% - карти міста; 17,5% - користується путівником і також 17,5% - туристичними покажчиками.

Дані результати показують, що великий відсоток молоді все ж таки не звертається до туроператорів, а намагається самотійно спланувати свою подорож. Знову ж підкреслимо, що на таку тенденцію впливає ряд факторів, а саме: платоспроможність туриста; брак часу; високі ціни на путівки тощо.

Наступне питання дає змогу визначити, які країни є популярними серед туристичної молоді. Отже, 40% опитаних відзначили Єгипет, по 20% респондентів відвідували також Туреччину та Білорусію, 15% - Болгарію, 10% - Польщу, 5% - Грецію. Вище зазначені результати можуть означати, що більшість молоді обирає фінансово доступні для них подорожі. Графічно зображені результати на рисунку 3.10.

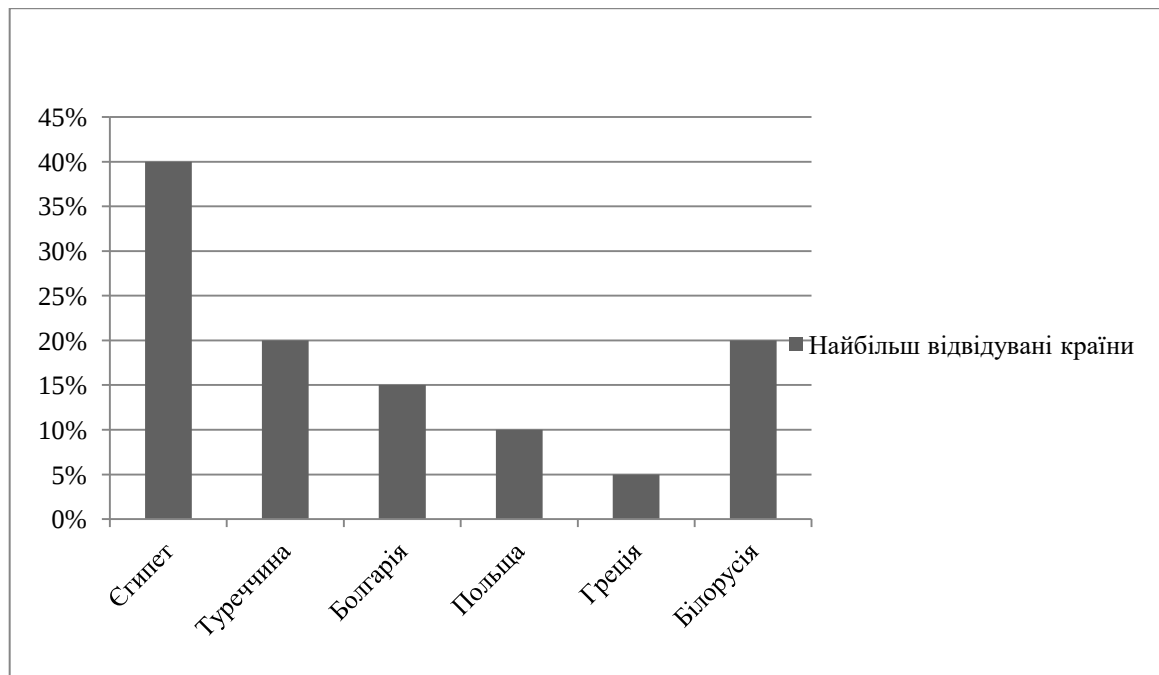


Рис. 3.10. Найбільш відвідувані країни

Серед міст України, які відвідувала опитана молодь з туристичною метою були названі такі: Київ, Львів, Яремче, Одеса, Вінниця, Харків, Івано-Франківськ, Кам'янець-Подільський. Вищезазначені міста є беззаперечними осередками молодіжного уризму в Україні, в яких простійно проходять фестивалі, концерти та інші розваги на різні смаки. Велика частина інфраструктури цих міст розвивається спеціально для туристів (туристичні містечка, кемпінги, заклади харчування, хостели тощо). Відсоткове співвідношення результатів зображене на рисунку 3.11.

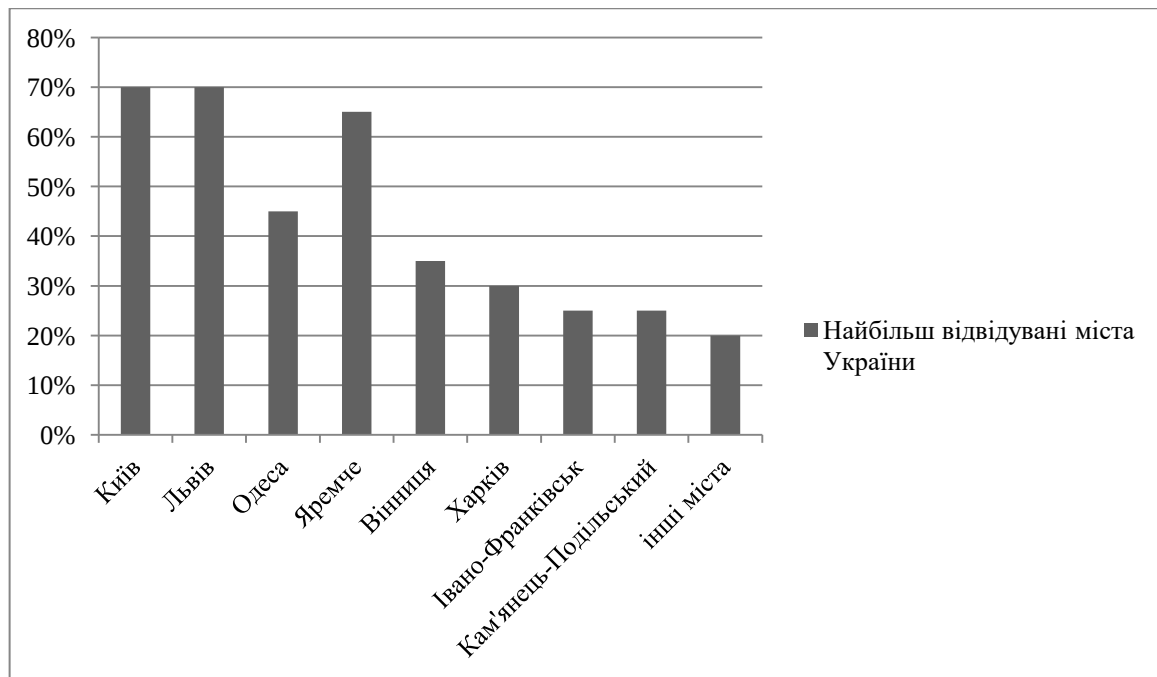


Рис. 3.11. Найбільш відвідувані міста України

Отже, підсумовуючи результати проведеного емпіричного дослідження, можемо зазначити наступне, що більшість молоді подорожує з метою відпочинку, тобто відновлення психічного і фізичного стану, для відвідування нових місць, а також для пізнання культури інших країн або ж регіонів. Найбільш привабливими регіонами для відпочинку для молодих туристів є морські курорти, гірські райони, а також культурно-історичні центри. Найбільшими бар'єрами з якими стикається молодь, яка подорожує є: вартість поїздки та брак часу. Найчастіше молоді туристи подорожують раз в рік, а сама поїздка припадає здебільшого на літо або ж зиму і тривалість її становить від двох днів до тижня часу. На сьогоднішній день молодь намагається самостійно організувати власну подорож і невеликий відсоток звертається до туристичних операторів. Здебільшого туристи йдуть до тур-фірм коли планують відпочивати за кордоном, або ж це недорогий автобусний тур.

Отримати дані проведеного дослідження послугую при розробці та просуванні нового авторського туру молодіжного відпочинку в Україні.

3.2 Авторський тур молодіжного відпочинку в Україні

Отримані дані експериментального дослідження і результати теоретичного аналізу дозволяють нам розробити новий авторський туристичний продукт з урахуванням потреб і вподобань молодих туристів.

У процесі роботи нами визначено мету та ключові умови його створення.

Метою розробки авторського туру молодіжного відпочинку є створення унікального туристичного маршруту для матеріального та духовного задоволення туриста, який відповідатиме сучасним тенденціям розвитку туризму.

Ключовими умовами є врахування:

1. рекреаційної та пізнавальної мети відпочинку молоді;
2. купівельної спроможності молоді;
3. часових рамок та сезонності подорожі;
4. унікальності наповнення маршруту.

Розроблений туристичний продукт повинен відповідати наступним вимогам:

- доступність;
- відповідність та врахування вподобань молодих туристів;
- комфорт та безпека;
- конкурентоспроможність.

З огляду на проведене емпіричне дослідження, було визначено, що найбільшими бар'єрами у молодіжному туризмі є брак часу та грошей, нами запропоновано два види авторських турів, в які є короткотривалі за часом і економні за коштами.

Отже, перший – одноденний (лінійний) рекреаційно-пізнавальний вело-тур для невеликої групи туристів (10-12 людей) Національним природним парком «Голосіївський» та Національним музеєм народної архітектури та побуту України.

Орієнтовний план та маршрут вело-туру:

1. Збір біля освітнього центру «Європейська школа дизайну» вулиця Блакитного, 1 місто Київ.
2. Рухаємось до джерела, яке знаходиться біля Голосіївського струмка (900 м, це близько 7-10 хвилин їзди);

3. Далі по маршруту Голосіївські ставки (+500 м);
4. Далі рухаємось до «Лісового джерела» (+100 метрів);
5. Далі рушаємо до озера «Спортивне» (+550 метрів);
6. За маршрутом далі ставок Дідорівка, за вибором туристів по дорозі до водойми, можна відвідати ферму поні (+1,3 кілометри);
7. Далі відвіаємо Сергієву пустинь (+1,4 кілометрів);
8. Далі за планом відвідати Головну астрономічно-мічну обсерваторію НАН України (+1,2 кілометри);
9. За маршрутом далі рушаємо до Національного музею народної архітектури та побуту України (+2 кілометри).
10. Парк Феофанія (+5,2 кілометри).
11. Повертаємось назад за тим самим маршрутом.

Тривалість туру та маршрут можуть дещо змінюватись після попереднього обговорення з групою туристів. Кожна зупинка супроводжується екскурсійною розповіддю. До вартості туру входять: оплата часу екскурсовода, а також за бажанням туристів фотографа. Вхід до музеїв оплачують туристи самостійно. Перекуси та пікнік обговорюються з групою перед екскурсією. Даний тур відноситься до декількох сезонних турів (тобто можливий весною, літом, осінню).

Другий тур - коротко-терміновий, кільцевий, рекреаційно-пізнавальний маршрут Чернігово-Сіверщиною, розрахований на групу 20-30 осіб.

Орієнтовний план та маршрут туру:

День перший:

6:00 - Збір біля станції метро «Лісова» і виїзд на екскурсійному автобусі.

8:00 -8:30 – приїзд до міста Ніжин

Локації екскурсій: Ніжинський університет імені Гоголя та його музеї; Комплекс грецьких церков; Миколаївський собор; музей «Поштова станція»; перший пам'ятник Гоголю та пам'ятник огіркові; Будинок з привидами; Хрестовоздвиженська церква; будинок капітана Лисянського;
12:00 – 13:00 обід та вирушаємо до заповідника Качанівка;

14:00-14:30 – прибуття до Національного культурно-історичного заповідника та екскурсія комплексом;

17:00 – виїзд до Батурина.

18:30 – 19:00 – прибуття до Гетьманської столиці, вечеря, вільний час та відпочинок у місцевому готелі.

День другий -

7:30-8:00 – сніданок та екскурсія Батурином.

Локації екскурсій: Батуринська фортеця, Палац Розумовського, будинок Кочубея; Воскресенська церква.

11:00 – виїзд з Батурина до Мистецького хутору Обирок;

11:30 – 13:00 – екскурсія хутором та пікнік;

13:30 – виїзд до Мезина.

15:00 – прибуття і екскурсія Національним парком;

18:00 – виїзд до міста Новгород-Сіверський.

19:00 – прибуття, вечеря, вільний час та відпочинок у місцевому готелі.

День третій :

7:30-8:00 – сніданок та збір на екскурсію містом;

Локації екскурсії: Спасо-Преображенський монастир; музей «Слово о полку Ігоревім»; будинок Медведєва; Успенський собор; Миколаївська церква; арка; гімназії, торгові ряди та Замкова гора.

12:30-13:30 – обід та виїзд до смт Сосниця;

15:00 - відвідування музею Довженка у Сосниці;

17:00 – виїзд до міста Чернігова

18:30 – прибуття до Чернігова, вечеря, вільний час та відпочинок у місцевому готелі.

День четвертий:

7:30-8:00 – сніданок та збір на екскурсію Черніговом

Локації екскурсії: Вал; Борисоглібський та Спасо-преображенський собор; Єлицький монастир; Чорна могила; Болдині гори; Антонієві печери; Ільїнська

Церква; Троїцький монастир; Залізничний вокзал; Красна площа; П'ятницька церква, парки та сквери міста.

11:30 -12:30 – обід.

13:00 - екскурсійно-дегустаційний захід з відвідування крафтової пивоварні «Bierweel», яку відкрили у Чернігові у 2012 році (там ви можете побачити специфіку і особливості виготовлення пива, а також про дегустувати його);

15:00 – виїзд з Чернігова до Києва.

17:00 – 17:30 – прибуття до станції метро «Лісова».

Висновки до третього розділу

Кожна зупинка супроводжується екскурсійною розповіддю. Локації екскурсій можуть дещо змінюватись, відповідно до попереднього обговорення з групою, а також для коригування часу поїздки. Даний тур всесезонний.

До вартості туру водять: трансфер на комфортабельному автобусі; проживання в готелі, трьох разове харчування; послуги екскурсовода та фотографа, а також страховка. У вартість не входять: квитки до музеїв; особисті витрати; покупка сувенірів, додаткове харчування.

Вартість розраховується згідно діючим тарифам у поточному році, а також перевіряється перед самою поїздкою. Особливістю даного туру є те що більшість локацій, які відвідуватимуть туристи – безкоштовні, тобто не потребують плати за вхід.

Просування та реклама турів буде здійснюватися через соціальні мережі та сайт.

Висновки до третього розділу

Отже, в результаті написання третього розділу нами було проведено емпіричне дослідження сучасного стану, тенденцій розвитку, проблем молодіжного туризму, а також вподобань та можливостей туристів.

Дослідження проводилося за авторською анкетною у січні 2020 року, в якому взяли участь 40 осіб віком від 17 до 34 років. Опитувальник складається із 30 запитань відкритого і закритого типу.

Отримати дані проведеного дослідження послуговували при розробці та просуванні нового авторського туру молодіжного відпочинку в Україні.

Зокрема, це одноденний (лінійний) рекреаційно-пізнавальний вело-тур для невеликої групи туристів (10-12 людей) Національним природним парком «Голосіївський» та Національним музеєм народної архітектури та побуту України, а також другий тур - коротко-терміновий, кільцевий, рекреаційно-пізнавальний маршрут Чернігово-Сіверщиною, розрахований на групу 20-30 осіб.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного теоретичного та емпіричного дослідження дозволили зробити наступні висновки:

1. Під час проведення теоретичного дослідження нами було встановлено, що молодіжний туризм включає в себе практично всі категорії подорожей, його специфікою є лише вік відпочиваючих. Молодіжний туризм стимулюється бажанням молодих людей контактувати з іншими культурами й налагодити нові дружні відносини.

Молодіжний туризм вимагає до себе всебічної пильної уваги держави, органів управління і молодіжних організацій у зв'язку з тим, що рівень доходів цієї категорії населення насправді не створює сприятливих умов для подорожей і відпочинку. Позитивна політика в цій галузі має виражатися в наданні максимальних можливостей і пільг та у підтримці молодіжних ініціатив.

2. Молодіжний туризм має багатовекторну спрямованість. В Україні, в даний час молодіжний туризм розвивається переважно стихійно, не організовано, більшість туристичних фірм не розробляє спеціалізованого туристичного продукту для цієї категорії споживачів, а програми розвитку молодіжного туризму реалізуються в недостатній мірі.

Один з найбільш популярних міжнародних туристичних ресурсів «Lonely Planet» опублікував список кращих туристичних напрямків для відвідування у 2020 році. Рейтинг Lonely Planet складено на підставі думок професійних мандрівників у категоріях «Топ країн», «Топ міст», «Топ регіонів» і «Топ оптимальних варіантів».

3. Проведене емпіричне дослідження дозволило визначити, що більшість молоді подорожує з метою відпочинку, тобто відновлення психічного і фізичного стану, для відвідування нових місць, а також для пізнання культури інших країн або ж регіонів. Найбільш привабливими регіонами для відпочинку для молодих туристів є морські курорти, гірські райони, а також культурно-історичні центри. Найбільшими бар'єрами з якими стикається молодь, яка подорожує є: вартість поїздки та брак часу. Найчастіше молоді туристи подорожують раз в рік, а сама поїздка припадає здебільшого на літо або ж зиму і тривалість її становить від двох днів до тижня часу.

На сьогоднішній день молодь намагається самостійно організувати власну подорож і невеликий відсоток звертається до туристичних операторів. Здебільшого туристи йдуть до тур-фірм коли планують відпочивати за кордоном, або ж це недорогий автобусний тур.

4. Нами запропоновано два авторських молодіжних тури Україною, а саме: одноденний (лінійний) рекреаційно-пізнавальний вело-тур для невеликої групи туристів (10-12 людей) Національним природним парком «Голосіївський» та Національним музеєм народної архітектури та побуту України, а також другий тур - коротко-терміновий, кільцевий, рекреаційно-пізнавальний маршрут Чернігово-Сіверщиною, розрахований на групу 20-30 осіб.

Дослідження актуальних проблем та тенденцій розвитку молодіжного туризму не вичерпується результатами даного дослідження.

Перспективними напрямками подальшого вивчення є: ґрунтовне вивчення історичних аспектів розвитку молодіжного туризму; особливості підготовки фахівців у сфері молодіжного туризму; розробка та впровадження програм з розвитку молодіжного туризму тощо.

СПИСОК БІБЛЮГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В. М. Литвина. – Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм [Текст] : учеб. / Биржаков М. Б. СПб.: Издательский Дом "Герда", 2008. – 570 с.
3. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності [Текст] : підручник / Т. Г.Сокол; за заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
4. Закон України «Про туризм» в редакції від 18.11.2003 р. №1282 – IV. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> .
5. Про внесення змін до ст.1 Закону України —Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в УкраїніII [Текст] : Закон України від 23.03.2004 р. № 1659-V // Офіційний вісник України. – 2004. – № 15. – Ст. ст. 1028, 1029.
6. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні [Текст]: Закон України від 05.02.1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. - № 16 – Ст. 167.
7. Про внесення змін до Закону України —Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в УкраїніII [Текст] : Закон України від 23.03.2000 р. № 1613-III // Урядовий кур'єр. – 2000. – № 77.
8. Палаткина Г. В. Молодежный туризм [Текст] : учебное пособие / Г. В. Палаткина. – Астрахань : Издательский дом —Астраханский университетII, 2012. – 206 с.
9. Ueli Gyr. The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity [Електронний ресурс] / Ueli Gyr // European History Online. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: file:///C:/Users/WEBER/Downloads/gyru-2010-en.pdf.
- 10.Березова Л. Г. Історія туризму і гостинності [Електронний ресурс] / Л. Г. Березова. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/37868/turizm/istoriya_turizmu_i_gostinnosti.

11. Історія туризму: підруч. / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х: ХНАМГ, 2010. – 294 с
12. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія / В.І. Мацола. – ІРД НАН України / ред. кол. М.І. Долішній / (відп. ред.). – Львів, 1997. – 259 с.
- 13.
14. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку / наук. кер. проекту П. Слободян. – К.: Терно-Граф, 2008. – 976 с.
15. Колотуха О. В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як територіальна соціально-економічна система: проблеми та перспективи розвитку [Текст] : Дис... канд. геогр. наук: 11.00.02 / Колотуха Олександр Васильович ; НАН України, Інститут географії. – К., 2004. – 257 арк.
16. Чорненька Н. В. Подієвий туризм як перспективний напрям розвитку в системі туристичної індустрії / Н. В. Чорненька // Рекреаційно-туристичне природокористування в Східноєвропейському регіоні: сучасний стан і перспективи : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці 21-23 жовтня 2010 р.). – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – С. 174-176.
17. ISIC v Ukraïni [ISIC in Ukraine] Available at: <http://isic.net.ua/> (accessed 21 January 2020)
18. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
19. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перероблене та доповнене – К.: «Альтапрес», 2003. – 436 с.
20. Юринець З. В. Основні аспекти формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі України / З. В. Юринець, Н. В. Мельник // Вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. – Херсон, 2014. – Вип. 6. – С. 137-141.
21. Рунців О. І. Особливості ринку туристичних послуг / Оксана Рунців // Вісник наукових досліджень: Науковий журнал, № 10: Частина 2. – Тернопіль:

- Редакційно-видавничий відділ Галицького інституту імені В'ячеслава Чорновола, 2007. – С. 243-245.
- 22.Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
- 23.Географія туризму [Текст] : навч. посібник / С. П. Кузик. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.
- 24.Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / М. Борушак. – Львів : ІРД НАН України, 2006. - С. 12.
- 25.Любіцева О.О. Туристичні ресурси України: навчальний посібник / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.
- 26.Best in Travel [Електронний ресурс] // Lonely Planet. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel/cities>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства Національного авіаційного університету проводить дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму в Україні. Опитування є анонімним, відповіді узагальнюватимуться. Оберіть той варіант відповідей, що найбільше відповідає Вашій точці зору. Заздалегідь дякуємо!

1. **Вкажіть свою стать**_____.
2. **Зазначте свій вік**_____.
3. **Де Ви проживаєте:**
 - а. Місто
 - б. Селище міського типу
 - в. Село
 - г. Ваш варіант_____.
4. **Ваш соціальний статус?**
 - а. Школяр
 - б. Студент
 - в. Робочий
 - г. Домогосподарка
 - д. Тимчасово не працюю
5. **Ваш сімейний стан?**
 - а. Неодружений/незаміжня
 - б. Одружений/заміжня
 - в. В тривалих відносинах
 - г. У пошуку
6. **Чи є у Вас діти?**
 - а. Так
 - б. Ні
7. **Ви проживаєте....**
 - а. Окремо (винаймаю або маю власне житло);
 - б. Разом зі своїми батьками;
 - в. Разом з батьками свої/свого дружини/чоловіка
 - г. Ваш варіант_____.
8. **Чи доводилось Вам коли небуť подорожувати?**
 - а. Так;
 - б. Ні.

Якщо на попереднє питання Ви відповіли позитивно, то надайте відповідь на наступне питання, якщо відповідь негативна, Ви можете його пропустити.

9. **Чи любите Ви подорожувати?**

- а. Так;
 - б. Ні.
10. Вкажіть будь ласка, що є за часту метою Вашої подорожі (відповідей може бути декілька):
- а. Лікування
 - б. Відпочинок
 - в. Навчання
 - г. ділові поїздки
 - д. спорт
 - е. гостьова мета
 - ж. релігія
11. Що слугує мотивацією Ваших подорожей (відповідей може бути декілька)?
- а. Відпочинок від буднів та зміна обстановки;
 - б. Відвідати нові місця;
 - в. Познайомитись із іншими культурами;
 - г. Нові знайомства;
 - д. Розваги.
12. Що Вам найбільше подобається під час відпочинку (відповідей може бути декілька)?
- а. Гастрономія та бари;
 - б. Екскурсії;
 - в. Шопінг;
 - г. Пасивний відпочинок;
 - д. Активний відпочинок (виїзд на природу, походи тощо);
 - е. Сонячні ванни та купання.
13. Які місця Ви вважаєте найбільш привабливими для відпочинку (відповідей може бути декілька)?
- а. Місця дикої природи;
 - б. Культурно-історичні центри;
 - в. Морські курорти;
 - г. Гірські райони;
 - д. Мегаполіси.
14. Вкажіть, на Вашу думку Ваші фінансові можливості є:
- а. Відмінними;
 - б. Хорошими;
 - в. Задовільними;
 - г. Поганими;
 - д. Дуже поганими.
15. Вкажіть будь ласка, що слугує бар'єрами для здійснення Вашої подорожі (відповідей може бути декілька)?
- а. Брак часу;
 - б. Погане здоров'я
 - в. Вартість поїздки
 - г. Низький рівень безпеки

д. Відсутність цікавості до подорожі.

16. Як часто Ви подорожуєте в інші міста, країни (Один варіант відповіді)?

- а. Раз в три місці
- б. Раз в півроку
- в. раз на рік
- г. раз на два роки
- д. раз на три роки
- е. взагалі не подорожував.

17.. Скільки б часто Ви б хотіли подорожувати (Один варіант відповіді)??

- а. Раз в три місці
- б. Раз в півроку
- в. раз на рік
- г. раз на два роки
- д. раз на три роки
- е. взагалі не подорожував.

18. У який період часу Ви хотіли б подорожувати (Один варіант відповіді)?

- а. Зима
- б. Весна
- в. Літо
- г. Осінь
- д. неважливо

19. Якби Ви вирушили подорожувати, то подорожували б ... (Один варіант відповіді)?

- а. Один
- б. З родиною
- в. В компанії друзів
- г. В складі групи

20.. Якщо вам потрібно якась інформація про поїздку, хто зазвичай займається її пошуком (Один варіант відповіді)?

- а. самостійний пошук
- б. Чоловік /дружина
- в. Знайомі
- г. Туристичні фірми

21. Чи знаєте ви іноземну мову (Один варіант відповіді)?

- а. Ні, не знаю
- б. Знаю на початковому рівні
- в. Знаю на середньому рівні
- г. Знаю на високому рівні

22.. Чи звертаєте Ви увагу на відгуки про місце, в які збираєтеся їхати (Один варіант відповіді)?

- а. Скоріше ні, ніж так
- б. Ні
- в. Скоріше так, ніж ні
- г. Так

23. Яка середня тривалість Вашого відпочинку / подорожі (Один варіант відповіді)
- а. Один день
 - б. Два-три дні
 - в. П'ять-сім днів
 - г. 10-14 днів
 - д. Більше 14 днів
24. Яку суму грошей можете Ви дозволити собі витратити під час подорожі (Один варіант відповіді)?
- а. Від 100 до 500 доларів США
 - б. Від 500 до 1000 доларів США
 - в. До двох тисяч доларів
 - г. 2-3 тисячі доларів США
 - д. Більше 3 тисяч доларів
- 25.. Ви подорожуєте по своїй країні або виїжджаєте за кордон?
- а. В основному в своїй області;
 - б. подорожую по своїй країні;
 - в. виїжджаю за кордон, в інші країни
 - г. подорожую і своєю країною, і виїжджаю закордон.
- 26.. Яким транспортом, Ви користуєтесь під час подорожі найчастіше?
- а. Залізничним
 - б. Автомобільний
 - в. Автобусний
 - г. Авіа
 - д. Інші види.
27. Як Ви зазвичай плануєте своє знайомство з незнайомим містом?
- а. Прошу знайомих показати мені місто
 - б. Купую готову оглядову екскурсію
 - в. Заздалегідь самостійно планую маршрут, знайомлюся з картою
 - г. Приїжджаю в центр і оглядаю самостійно.
- 28.. Як турист, що Ви використовуєте в першу чергу для орієнтації в незнайомому місті і пошуку пам'яток?
- а. Карти міста
 - б. Туристичні покажчики
 - в. Навігатор
 - г. Путівник
29. Якщо Ви подорожували закордон, вкажіть, які країни Ви відвідали _____.
30. Які міста в Україні Ви відвідували з туристичною метою _____.