

УДК 338.48

DOI: 10.25140/2411-5215-2018-1(13)-47-54

Анна Романова

## МОЛОДІЖНИЙ ТУРИЗМ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Анна Романова

## МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Anna Romanova

## YOUTH TOURISM AS A MODERN TOURISM INDUSTRY TREND

У статті уточнено та наведено визначення таких понять, як «молодіжний туризм», «студентський туризм», «туризм міленіалів», «туризм “покоління Z”».

Подано функції молодіжного туризму, такі як: зміцнення економіки дестинації за рахунок внутрішніх та в'їзних молодіжних туристів; ознайомлення з історичною та культурною спадщиною країни та інших держав; актуалізація в молодих людях почуття національної самосвідомості та патріотизму, але водночас виховання поваги й терпимості до побуту та звичаїв інших національностей і народів; забезпечення багатостороннього розвитку особистості. Перераховано види молодіжного туризму: студентський туризм; туризм міленіалів; туризм «покоління Z». Проаналізовано глобальні тенденції кожного з цих видів туризму.

Досліджено характерні риси міленіалів, а також сформульовано їхні основні потреби в подорожах: формування попиту «тут і тепер»; необхідність підключення до швидкісного Інтернету; потреба постійно підтримувати зв'язок зі своїми гостями (соціальні мережі, додатки, смс-розсилка та дайрект-мейл, промоакції тощо); необхідність знати своїх відвідувачів (як потенційних, так і реальних): формувати бази даних, проводити маркетингові дослідження; потреба персоналізувати продукти, послуги і досвід; вагомість е-маркетингу. Оцінено ситуацію розвитку молодіжного туризму в Україні, яка характеризується слабкою активністю. Надано рекомендації щодо активізації молодіжного туризму в Україні.

**Ключові слова:** молодіжний туризм; студентський туризм; міленіали, «покоління Z»; туристична індустрія; е-туризм.

Рис.: 4. Бібл.: 13.

В статье уточнены и приведены определения таких понятий, как «молодежный туризм», «студенческий туризм», «туризм миллениалов», «туризм “поколение Z”».

Подаются функции молодежного туризма, такие как: укрепление экономики дестинации за счет внутренних и въездных молодежных туристов; знакомство с историческим и культурным наследием страны и других государств; актуализация в молодых людях чувства национального самосознания и патриотизма, но одновременно воспитание уважения и терпимости к быту и традициям других национальностей и народов, обеспечение многостороннего развития личности. Перечислены виды молодежного туризма: студенческий туризм; туризм миллениалов; туризм «поколения Z». Проанализированы глобальные тенденции каждого из этих видов туризма.

Исследованы характерные черты миллениумов, а также сформулированы их основные потребности в путешествиях: формирование спроса «здесь и теперь»; необходимость подключения к скоростному Интернету; потребность постоянно поддерживать связь со своими гостями (социальные сети, приложения, смс-рассылка и дайрект-мейл, промоакции и т. д.); необходимость знать своих посетителей (как потенциальных, так и реальных): формировать базы данных, проводить маркетинговые исследования; потребность персонализировать продукты, услуги и опыт; весомость е-маркетинга. Оценена ситуация развития молодежного туризма в Украине, которая характеризуется слабой активностью. Даны рекомендации по активизации молодежного туризма в Украине.

**Ключевые слова:** молодежный туризм; студенческий туризм; миллениалы; «поколение Z»; туристическая индустрия; е-туризм.

Рис.: 4. Библ.: 13.

Such concepts as youth tourism, student tourism, tourism of the Millennials, «Generation Z» tourism have been clarified and defined in the article.

The functions of youth tourism have been given, namely: strengthening of the economy of the destination through domestic and inbound youth tourists; acquaintance with the historical and cultural heritage of the country and other states; actualization of national consciousness and patriotism among young people and upbringing of respect and tolerance to the life and customs of other nationalities and peoples; ensuring multilateral development of personality. The types of youth tourism have been listed: student tourism; tourism of the Millennials; «Generation Z» tourism. The global tendencies of each of these types of tourism have been analyzed.

The characteristics of the millennials have been researched and their main travel needs have been formulated: formation of «here and now» demand; the necessity to connect to high-speed Internet; the necessity to constantly keep in touch with the guests (social networks, applications, SMS-mailing and direct-mail, promotions, etc.); the necessity to know your visitors (both potential and real): to create databases, to conduct marketing researches; the necessity to personalize products, services and experiences; the importance of e-marketing. The situation of youth tourism development in Ukraine, which is characterized by weak activity, is estimated. Recommendations on intensification of youth tourism in Ukraine have been given.

**Keywords:** youth tourism; student tourism; millennials; «generation Z»; tourism industry; e-tourism.

Fig.: 4. Bibl.: 13.

JEL Classification: Z30

**Постановка проблеми.** За останні роки відбулися відчутні трансформації соціально-демографічного портрета споживача туристичних послуг. З одного боку, новою найчисельнішою категорією, яка буде диктувати тренди туристичного попиту найближчі 20 років, стало покоління молодих людей, народжених якраз напередодні чи у 2000-х («мільеніали» від англ. millennials, «покоління Z»), але з іншого боку, спостерігається таке явище, як старішання туристів, а саме популярність подорожування на пенсії. Розуміння поведінкових реакцій нових категорій туристів та їхніх потреб – необхідна умова для розвитку туристичних дестинацій та успішного функціонування турбізнесу.

Водночас на тлі глобальної активізації молодіжного туризму в Україні індустрія молодіжного туризму залишається малоактивною. Негативні тенденції у сфері туризму та подорожування української молоді підсилює відсутність скоординованої державної політики в розвитку індустрії гостинності як такої та нестача фахових економічних, зокрема маркетингових досліджень потенційних молодіжних туристів.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Дослідження сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії, зокрема у сфері молодіжного туризму, є актуальним для провідних економічних організацій світу. Такі міжнародні авторитетні організації, як Світовий економічний форум (World Economic Forum) [1], Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) [2] та Всесвітня рада з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council) [3] щороку публікують звіти з аналізом сучасного стану та прогнозами розвитку глобальної туристичної індустрії.

На теренах українського наукового простору аналізом, систематизацією та визначенням видів туризму, їх класифікацією, зокрема за віковими особливостями, займаються такі науковці, як М. П. Мальська [4], В. К. Федорченко та І. М. Мініч [5].

Що стосується саме молодіжного туризму, то його найбільше дослідили українські вчені-географи Н. В. Чорненька [6], С. І. Нікітенко [7], О. В. Колотуха [8].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Для забезпечення сталого розвитку молодіжного туризму в Україні необхідно спочатку виділити глобальні тенденції цього провідного напрямку індустрії гостинності, а потім перейти до сучасних реалій розвитку українського молодіжного туризму.

**Мета статті.** Основною метою статті є винайдення ефективних інструментів розвитку та активізації молодіжного туризму як у світі, так і в Україні. Для цього передбачається розробка рекомендацій для суб'єктів туристичної сфери України.

**Виклад основного матеріалу.** Молодь країни є основою соціально-економічного та інноваційного розвитку будь-якої держави. *Молодіжний туризм* – це новий, швидкозростаючий у світі сектор туристичної індустрії, орієнтований на юнацтво та підлітків.

До молодіжного туризму можна віднести молодіжні подорожі, пов'язані з пізнавальною, оздоровчою, спортивною, волонтерською, культурно-розважальною діяльністю поза межами постійного місця проживання та навчання. Він характеризується переважно активним, насиченим та недорогим відпочинком, онлайн-плануванням подорожей, більш гнучким графіком, частими, але короткотривалими поїздками.

*До функцій молодіжного туризму входять:*

– зміцнення економіки дестинації за рахунок внутрішніх та в'їзних молодіжних туристів;

– ознайомлення з історичною та культурною спадщиною країни та інших держав;

– актуалізація в молодих людях почуття національної самосвідомості та патріотизму, але водночас виховання поваги і терпимості до побуту та звичаїв інших національностей і народів;

– забезпечення багатостороннього розвитку особистості [9].

## ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

*Подорожі як рідною країною, так і закордон, можуть дати підростаючому поколінню:*

- можливість для підвищення свого інтелектуального рівня;
- розширити світосприйняття;
- толерантність до різних культур, релігій та традицій;
- здатність сприймати красу навколишнього світу;
- розвиток комунікабельності, самодисципліни, адаптації до умов сучасного життя; формування звички подорожувати в контексті активного дозвілля загалом [9].

За віковою ознакою молодіжний туризм можна поділити на три *основні категорії*:

- *студентський туризм*;
- *туризм міленіалів*;
- *туризм «покоління Z»*.

За дослідженням UNWTO, у 2016 році *студентський туризм* був представлений 270 млн туристів, що становило 23 % всіх прибуттів та спричинило 286 млрд дол. США витрат [10]. При цьому кількість подорожуючих, як і сума витрат цієї категорії, постійно збільшується (рис. 1).

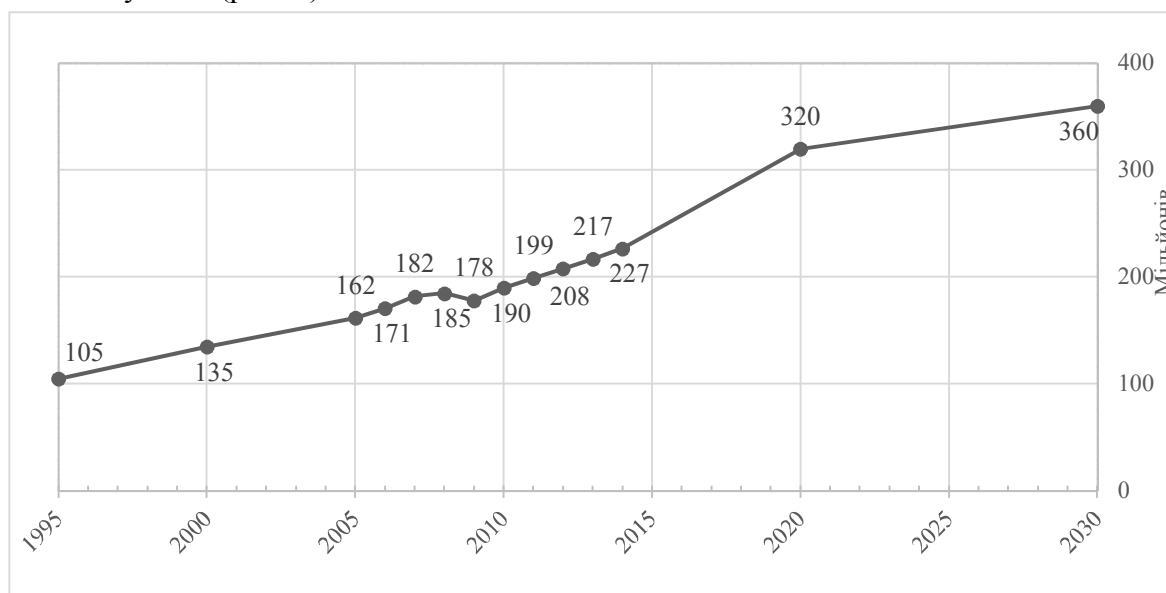


Рис. 1. Студентський туризм (млн прибуттів)

Джерело: [10].

*Міленіали* – останнім часом це визначення широко використовується для ідентифікації подорожуючих, які відносяться до молоді. За визначенням Всесвітньої туристської організації, це покоління, що народилося в 1980-1995 рр. [2]. Проте це скоріше маркетинговий термін, а не науковий.

Очікується, що міленіали до 2020 року здійснять 320 млн міжнародних екскурсій, що на 47 % більше, ніж у 2013 році, коли подорожуючих було 217 млн. Кожен міленіал під час подорожі в середньому витрачає 3217 дол. США проти 3381 дол. США старшого покоління [10].

Так, покоління міленіалів використовує онлайн-сервіси для планування подорожей, зазвичай, не може визначитись у власних потребах у туристичній поїздки, активно використовує соціальні мережі, любить фотографувати місця відвідин (здебільшого на мобільний телефон), надає перевагу активним видам відпочинку та має нестабільний дохід.

*Характерні риси міленіалів:*

- виростили в глобалізованому світі, з Інтернетом, активно користуються мобільними пристроями та соціальними мережами;

## ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

- проживають переважно в містах;
- мають різне ставлення до роботи та відпочинку (60 % вважають подорожі важливою частиною свого життя [10]);
- прагнуть взаємодії та комунікації;
- шукають реальних вражень;
- прагнуть ділитися враженнями (переважно, схильні висловлювати свої враження віртуально в Інтернеті, а не в реальній розмові);
- здійснюють 4-5 подорожей на рік;
- здійснюють витрати вибірково;
- прагнуть під час подорожі вивчити життя та побут місцевого населення;
- готові до експериментів, надають перевагу видам туризму, пов'язаним з індустрією вражень;
- щиро вірять, що можуть змінити світ, у подорожах воліють не зашкодити навколишньому середовищу.

З огляду на особливості міленіалів, сформулюємо їхні *основні потреби в подорожах*:

- формування попиту «тут і тепер», проте попит характеризується еластичністю;
- необхідність підключення до швидкісного Інтернету (важлива постійна присутність в он-лайн);
- необхідність підключення до мережі своїх гостей (наприклад, безкоштовний бездротовий зв'язок);
- потреба постійно підтримувати зв'язок зі своїми гостями (соціальні мережі, додатки, смс-розсилка та дайрект-мейл, промоакції тощо);
- необхідність знати своїх відвідувачів (як потенційних, так і реальних): формувати бази даних, проводити маркетингові дослідження;
- потреба персоналізувати продукти, послуги і досвід;
- вагомість е-маркетингу.

Якщо проаналізувати фактори, які впливають на розвиток туристичного бізнесу у сфері молодіжного туризму, то найбільш вагомим позитивним чинником буде показник охорони здоров'я в дестинації, а найбільш негативним – тероризм (рис. 2).



Рис. 2. Фактори, які впливають на розвиток туристичного бізнесу  
Джерело: [10].

## ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

«Покоління Z» – молоді люди, народжені після середини 90-х, які становлять майже 30 % населення світу, що становить 29 млн міжнародних мандрівників.

*Особливості молодіжної туристичної індустрії:*

- 1) 40 % усіх витрат на подорожі припадають на їжу та напої;
- 2) найбільше активностей протягом туристичної поїздки припадає на відвідування кафе та ресторанів, на шопінг, а відвідування музеїв відійшло на останнє місце (рис. 3);
- 3) набирає популярності гастрономічний та винний види туризму (41 % представників молоді відвідують виноградники, якщо є така нагода).



Рис. 3. Особливості молодіжної туристичної індустрії

Джерело: [10].

*Щодо характеристик статі*, то у світі набуває популярності жіночий одиночний туризм. Особливо ця тенденція характерна для міленіалів. На сьогодні близько 80 % рішень про здійснення подорожі приймається саме жінками. І якщо раніше жінка вирішувала та мотивувала поїхати в подорож свого супутника або сім'ю, нині все більше зростає кількість випадків одиночних жіночих подорожей. За даними досліджень, 72 % американок здійснили одиночні подорожі у 2014 році [11].

**Розвиток молодіжного туризму в Україні.** Станом на 2016 рік, в Україні проживає близько 11,5 млн молодих людей віком від 14 до 35 років, що становить більше 27 % населення [12]. Згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології, що проводилося наприкінці травня 2017 року, 44 % українців від 18 до 29 років не планували взагалі кудись виїжджати з метою подорожей та відпочинку. За кордон планували подорожувати лише 6 % молодих людей (рис. 4). Також дуже великий відсоток молодих людей взагалі ніколи не виїжджали за межі України. А серед тих, хто виїжджає – більшість, на жаль, не з метою подорожей, а для працевлаштування [13].

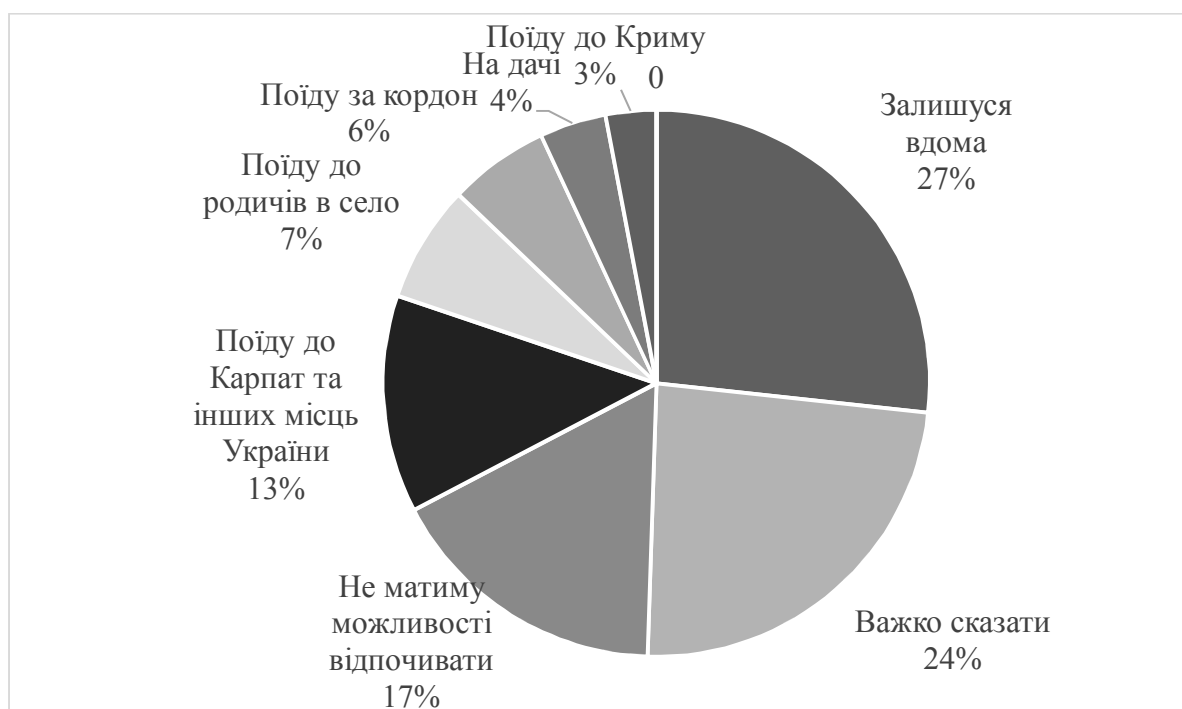


Рис. 4. Як планують відпочивати молоді українці

Джерело: [13].

*Основні причини ситуації слабкої туристичної активності української молоді:*

- низький рівень соціально-економічного забезпечення молоді;
- нестача сформованого для української молоді туристичного продукту та інформації про нього;
- відсутність культури подорожування, яка формується з дитинства.

**Висновки та пропозиції.** Враховуючи глобальні тенденції збільшення частки молодіжного туризму, з одного боку, та навпаки, низької активності у сфері туризму та подорожей української молоді, виникає гостра необхідність у державних та місцевих бюджетних програмах для співфінансування внутрішніх подорожей Україною для дітей та молоді, а також виокремлення на державному рівні молодіжного та дитячого внутрішнього туризму – у пріоритетні види розвитку туристичної індустрії.

Пропонується прискорити прийняття нового Закону України «Про молодь», де молодіжний туризм закріплено як один з напрямків державної молодіжної політики.

Це насамперед стосується впровадження спеціалізованих навчальних туристичних програм у навчальних закладах, залежно від вікових та освітніх особливостей дітей та молоді. Такі програми повинні включати в себе ознайомлення дітей та молоді з туристичним потенціалом України. Вони мають передбачати транспортне забезпечення для молодіжних турів, створення мережі недорогих молодіжних засобів розміщення, активізацію туристичних обмінів молодіжними групами з метою навчання, стажування та ознайомлення з традиціями та культурою інших регіонів, обмін спортивними командами тощо.

Крім того, представникам усіх рівнів влади необхідно звернути прискіпливу увагу на молодіжний туризм як складову системи молодіжної політики України та спільно виробити системний підхід у сприянні духовному, інтелектуальному та фізичному розвитку молоді, вихованню в неї громадської свідомості та патріотизму.

#### Список використаних джерел

1. World Economic Forum: site. URL: <https://www.weforum.org> (Last accessed: 10.02.2018).
2. World Tourism Organization UNWTO: site. URL: <http://unwto.org> (Last accessed: 30.01.2018).
3. World Travel & Tourism Council: site. URL: <https://www.wttc.org> (Last accessed: 11.201.2018).

## ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

4. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник для ВНЗ. Київ: Знання, 2008. 661 с.
5. Туристський словник-довідник: навч. посіб. / уклад.: В. К. Федорченко, І. М. Мініч. Київ: Дніпро, 2000. 54 с.
6. Чорненко Н. В. Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 66–72.
7. Нікітенко С. І. Розвиток молодіжного та дитячого туризму в незалежній Україні: проблеми та перспективи. *Наукові праці*. 2006. Т. 62. Вип. 49. С. 64–68. URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/62-49-12.pdf> (дата звернення: 20.01.2018).
8. Колотуха О. В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як територіальна соціально-економічна система: проблеми та перспективи розвитку: дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.02 / НАН України, Інститут географії. Київ, 2004. 257 с.
9. Виступ народного депутата України Романової А. А. Формування та реалізація молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 15 листопада 2017 року / Верховна Рада України, Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму. Київ: Парламентське видавництво, 2017. 208 с. (Серія «Парламентські слухання»).
10. Session 3: Change and Innovation: The Digital Revolution and the Millennial Traveller. *5th Global Summit UNWTO on City Tourism «Cities: Local Culture for Global Travellers»*. Luxor, Egypt, 1-2 November, 2016.
11. Burkhard S., Kow N., Fuggle L. Travel Trend Report 2017. Trekksoft ebook library. 2017. 39 p.
12. Державна служба статистики України: сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 27.12.2017).
13. Пясковська Т. Як планують відпочивати українці. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=700&page=5> (дата звернення: 23.01.2018).

## References

1. World Economic Forum: website. [www.weforum.org](http://www.weforum.org). Retrieved from <https://www.weforum.org>.
2. World Tourism Organization UNWTO: website. <http://unwto.org>. Retrieved from <http://unwto.org>.
3. World Travel & Tourism Council: website. [www.wttc.org](http://www.wttc.org). Retrieved from <https://www.wttc.org>.
4. Malska, M. P., Antoniuk, N. V., Hanych, N. M. (2008). *Mizhnarodnyi turizm i sfera posluh [International tourism and services]*. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
5. Fedorchenko V. K., Minich I. M. (Eds.) (2000). *Turystskiyi slovnyk-dovidnyk [Tourist dictionary-directory]*. Kyiv: Dnipro [in Ukrainian].
6. Chornenka, N. V. (2012). Suchasni tendentsii rozvytku molodizhnoho turyzmu [Modern tendencies of youth tourism development]. *Heohrafiia ta turizm – Geography and Tourism*, 20. 66–72 [in Ukrainian].
7. Nikitenko, S. I. (2006). Rozvytok molodizhnoho ta dytiachoho turyzmu v nezalezhnii Ukraini: problemy ta perspektyvy [Development of Youth and Children's Tourism in an Independent Ukraine: Problems and Prospects]. *Naukovi pratsi – Scientific works*, 62 (49), 64–68. Retrieved from: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/62-49-12.pdf> [in Ukrainian].
8. Kolotukha, O. V. (2004). *Dytiacho-yunatskyi turizm v Ukraini yak terytorialna sotsialno-ekonomichna systema: problemy ta perspektyvy rozvytku [Child and youth tourism in Ukraine as a territorial social and economic system: problems and prospects of development]*. (Candidate's thesis). NAN Ukrainy, Institute of Geographiophy. Kyiv [in Ukrainian].
9. *Vystup narodnoho deputata Ukrainy Romanovoi A. A. Formuvannia ta realizatsiia molodizhnoi polityky v Ukraini v umovakh detsentralizatsii: materialy parlamentskykh slukhan u Verkhovnii Radi Ukrainy 15 lystopada 2017 roku [Speech by the MP of Ukraine Anna Romanova. Formation and implementation of youth policy in Ukraine in conditions of decentralization: materials of parliamentary hearings in the Verkhovna Rada of Ukraine, November 15, 2017]* (2017). Kyiv: Parlamentske vydavnytstvo [in Ukrainian].
10. Session 3: Change and Innovation: The Digital Revolution and the Millennial Traveller (2016). *5th Global Summit UNWTO on City Tourism «Cities: Local Culture for Global Travellers»*. Luxor, Egypt, 1-2 November [in English].

## ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

11. Burkhard S., Kow N., Fuggle L. (2017). *Travel Trend Report 2017*. Trekksoft ebook library [in English].
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]: website. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Piaskovska T. (n.d.). *Yak planuiut vidpochyvaty ukrainsi [How do the Ukrainians plan to rest?]*. Retrieved from <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=700&page=5> [in Ukrainian].

**Романова Анна Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, 14035, Україна), народний депутат України.

**Романова Анна Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, PR-технологий и логистики, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченко, 95, г. Чернигов, 14035, Украина), народный депутат Украины.

**Romanova Anna** – PhD in Economics, Associate Professor of Department of Marketing, PR-technologies and Logistics, Chernihiv National University of Technology (95 Shevchenka Str., 14035 Chernihiv, Ukraine), Member of the Parliament of Ukraine.

E-mail: [romanova.center@gmail.com](mailto:romanova.center@gmail.com)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7336-1032>

ResearcherID: N-5962-2017