

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційної освіти

Форма навчання заочна

(денна, заочна, заочно-дистанційна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М. М. Логвин

(підпис, ініціали та прізвище)

« _____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*на тему: «Перспективи розвитку дитячого та молодіжного
туризму в регіонах України»*

*зі спеціальності 242 Туризм і рекреація
освітня програма «Туризм» ступеня магістра*

Виконавець роботи Таран Вікторія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр.н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2025

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ДИТЯЧИМ ТА МОЛОДІЖНИМ ТУРИЗМОМ	
1.1 Зміст категорії «дитячий та молодіжний туризм»	5
1.2 Нормативно-правові засади регулювання організації дитячого та молодіжного туризму в Україні.....	17
1.3 Компоненти методології управління розвитком сфери туризму.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТА МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	
2.1 Аналіз розвитку стану молодіжного туризму у світі	42
2.2 Характеристика ринку дитячого туризму в Україні	49
2.3 Табір як відпочинок і різновид дитячого туризму в Україні	60
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТА МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ.....	
3.1 Інтеграційні процеси в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні.....	72
3.2 Використання кластерного підходу до формування регіонального ринку молодіжного туризму в Одеській області.....	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101

ВСТУП

У сучасних умовах господарювання в Україні окрім пошуку нових шляхів, методів і технологій виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє. Дані процеси характерні і для туристичної галузі, яка спрямована на отримання прибутку через задоволення туристичних потреб населення, надання йому різноманітних туристичних послуг. Розвиток молодіжного та дитячого туризму в Україні сьогодні особливо актуальний, оскільки саме цей вид туризму має історично-патріотичне та виховне значення, дає змогу в юному віці не тільки пізнати свою країну і весь світ, відкриває широкі можливості для розвитку й оздоровлення дітей та молоді.

Питання управління розвитком молодіжного та дитячого туризму висвітлювали у своїх працях такі науковці, як: Галасюк С. С., Горбунов Л. М., Денисенко М. П., Зейко В. О., Зінченко В. А., Івченко Л. О., Кашуба Я. М., Колотуха О. В., Кондрацька Л. П., Мельнійчук М. М., Наказний М. О., Пангелов Б. П., Чорна Л. В. та інші. Однак багато питань залишаються відкритими, дискусійними та потребують дослідження, зокрема аспекти управління розвитком молодіжного та дитячого туризму в умовах повоєнного відновлення економіки України.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні заходів, щодо перспектив розвитку молодіжного та дитячого туризму в Україні.

Досягнення та реалізація поставленої у роботі мети потребує вирішення таких завдань:

- дослідити поняття та сутність дитячого та молодіжного туризму;
- охарактеризувати правові засади регулювання організації дитячого та молодіжного туризму в Україні;
- визначити підходи до управління розвитком туризму;

- дослідити стан молодіжного туризму у світі;
- здійснити аналіз ринку дитячого туризму в Україні;
- здійснити оцінку господарської діяльності дитячих таборів в Україні;
- обґрунтувати інтеграційні процеси в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні;
- сформулювати засади використання кластерного підходу до формування регіонального ринку молодіжного туризму в Одеській області.

Об’єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процеси управління розвитком молодіжного та дитячого туризму в регіонах України.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти дослідження управління розвитком молодіжного та дитячого туризму.

У роботі використано такі наукові методи дослідження: морфологічного аналізу, системного аналізу, критичного аналізу, табличний, порівняння та узагальнення.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи склали нормативно-законодавчі акти України, інформація Державного комітету статистики України, ЮНВТО, наукові статті, монографії, матеріали мережі Інтернет.

Галуззю застосування результатів дослідження є діяльність окремих територіальних громад, органів місцевого самоврядування, підприємців під час формування туристичних кластерів в регіонах.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ДИТЯЧОГО ТА МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Зміст категорії «дитячий та молодіжний туризм»

Згідно з термінологією Всесвітньої туристичної організації, туризм – це діяльність, пов'язана з подорожами у вільний час за межі постійного місця проживання. Мета таких подорожей може бути різноманітною: оздоровлення, пізнання нового, заняття спортом, участь у культурних заходах або просто розваги. Слово «туризм» походить від французького «tour», що означає «прогулянка» чи «поїздка», і символізує різноманіття форм і цілей подорожей [95]. Чинне законодавство визначає: «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» [77].

У нормативно-правових актах та науковій літературі відсутня єдина система диференціації туристів, а також стандартна термінологія, що стосується вікових категорій осіб, які подорожують. Водночас як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники виокремлюють дитячий та молодіжний туризм як окремі форми (види) туризму, залежно від вікових груп учасників. Однак єдиного визначення цих понять і чітко встановлених вікових меж досі немає. Це зумовлює необхідність аналізу різних підходів до термінології, що стосується дитячого та молодіжного туризму.

Дитячий і молодіжний туризм як види (в деяких джерелах – форми) туризму визначено в статутах Всесвітньої туристичної організації, в Законі України «Про туризм» [77], у класифікаціях дослідників. Різниця у формулюваннях зумовлена застосуванням різноманітних підходів, зокрема соціально-економічного, демографічного, педагогічного, спортивного та інших.

Так, М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор виокремлюють такі категорії туристів за віком, як «діти (1-18 років), молодь (від 18 до 30-35 років), туристи середнього віку (від 35 до 55 років) та туристи «третього віку» (люди, старші 55 років)» [41].

За віком учасників подорожі В. К. Кіптенко вирізняє: «дітей, що подорожують із батьками; молодь (15-24 роки); відносно молодих туристів (25-44 роки); людей економічно активного середнього віку (45-64 років); пенсіонерів (старші 64 років)» [39]. Ця класифікація аналогічна до розподілу, який представлений Всесвітньою туристичною організацією. Класифікація М. П. Крачила: «дитячий, молодіжний і туризм дорослих людей (або туризм «третього віку») [46], незважаючи на те, що інші дослідники до туристів «третього віку» відносять пенсіонерів та людей, старших 60 років. С. П. Кузик відповідно до віку осіб, які подорожують, вирізняє такі форми туризму, як «дитячий (в ньому беруть участь діти шкільного віку, які подорожують здебільшого з родичами або з особами, які супроводжують їх); молодіжний (це юнаки та дівчата у віці 16-24 років); дорослий (усі інші вікові групи, крім пенсіонерів); туризм «третього віку», куди належать пенсіонери» [50].

Вчені Ю. А. Грабовський та Т. В. Скалій. О. В. Скалій, досліджуючи переважно спортивний аспект туризму, виділили такі його види, як дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку та інвалідів [14].

Т. Г. Сокол класифікує і враховує такі критерії, як вік, соціальний і громадянський статус, а також професійна зайнятість туристів. Виокремлюються такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, шкільний, студентський, туризм для людей «третього віку» та осіб з інвалідністю. Специфіка цих видів туризму визначається не стільки віковим фактором, скільки рівнем сервісу, який відповідає потребам відповідних категорій туристів.

Наприклад, організація дитячого та шкільного туризму зазвичай базується на помірних цінах і невисоких вимогах до якості розміщення, але передбачає програми, які поєднують відпочинок і розваги з пізнавальними та

виховними заходами. Молодіжний туризм характеризується використанням послуг середнього рівня сервісу та спрямований на створення атмосфери активного спілкування й дозвілля. Для туристів «третього віку» пріоритетними є високий рівень сервісу та насиченість інформаційно-культурного наповнення подорожей [81].

Світова туристична практика застосовує детальну вікову класифікацію, яка передбачає такі категорії:

- 1) 0-2 роки – грудна дитина (infant);
- 2) 2-11 років – дитина (child);
- 3) 12-17 років – школяр (schoolchild);
- 4) 18-24 роки – молодь або студенти (young);
- 5) 25-64 роки – дорослі (adults);
- 6) 65 років і старше – пенсіонери, представники «третього віку» (pensioners).

Такий підхід є особливо значущим для неповнолітніх, оскільки він визначає варіанти надання додаткового ліжка в номері, отримання різних знижок на екскурсійні або транспортні послуги та інших переваг [94].

Офіційна класифікація осіб, які подорожують, за віковими категоріями представлена у виданні «Концепції, визначення та класифікації для статистики туризму» (1995) (стаття 4.3.3). Цей поділ, затверджений Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), передбачає розподіл туристів на п'ять вікових груп:

1. від 0 до 14 років;
2. від 15 до 24 років;
3. від 25 до 44 років;
4. від 45 до 64 років;
5. від 65 років та старше.

Ця класифікація є основою для збору та аналізу міжнародних статистичних даних у сфері туризму [90].

Згідно чинного законодавства України (стаття 4 Закону України «Про

туризм»), виокремлюються такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, а також для осіб похилого віку. Цей розподіл здійснено залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їхніх цілей, а також об'єктів, що використовуються чи відвідуються під час подорожей [77]. Згідно з чинним законодавством, не виділяється окремої категорії туристів, як «дорослі» (середнього віку), і цей сегмент замінено на «сімейний туризм». Поняття «дитина» зазвичай асоціюється з особами віком до 18 років, тоді як визначення вікових меж терміна «молодь» викликає багато дискусій серед вітчизняних та іноземних науковців. Це пояснюється тим, що концепція молоді як соціально-демографічної групи сформувалася лише в середині ХХ століття.

Згідно з українським законодавством, молоддю є особи віком від 14 до 35 років. Враховуючи біологічні, психологічні та соціальні особливості цього віку, держава надає підтримку молодим громадянам через спеціальні юридичні гарантії, що забезпечують їхні права і свободи, а також сприяють їхньому соціальному становленню та розвитку [42].

Зейко В. О. вважає [27], що Доцільно обмежити вікові межі молодіжного туризму віком від 18 до 35 років з кількох причин. По-перше, це буде відповідати положенням Закону України. По-друге, таке визначення забезпечить пропорційну збалансованість усіх видів туризму (дитячого, молодіжного, для дорослих і людей похилого віку) з однаковими віковими групами по 18-20 років. По-третє, така класифікація дозволить не обмежувати поняття молоді лише студентами, що значно розширює межі категорії.

Ці припущення підтверджуються також світовою практикою. Зараз спостерігається тенденція до збільшення віку, до якого надаються знижки або посвідчення для студентів і молоді, що позитивно впливає на молодіжний туризм. Наприклад, за рішенням XXIII Конференції Європейської Асоціації Молодіжних Карток (EYCA) у листопаді 2007 року в Барселоні було збільшено граничний вік для отримання посвідчення або сертифікату ISIC, ITIC, IYTC з 26 до 30 років. Молодіжні організації, такі як Federation of

International Youth Travel Organization (FIYTO) та International Student Travel Conference (ISTC), адекватно підтримують ці ініціативи [91].

Отже, категорії дитячого та молодіжного туризму відрізняються за віковими групами осіб, які подорожують, організацією та термінами поїздок, тому є доцільним детальніше розглянути ці особливості.

У науковій та педагогічній літературі часто зустрічаються терміни «дитячо-юнацький», «дитячий» та «шкільний туризм». В. О. Зейко, на основі аналізу джерел, дійшов висновку, що ці терміни є синонімами, оскільки мають спільну термінологічну основу та вікові обмеження для дітей. Однак варто зауважити, що шкільний туризм тлумачиться як організовані поїздки, що проводяться за участю вчителів-керівників груп і обов'язково з дозволу керівництва навчального закладу та відповідних органів управління освіти (для перевезень автомобільним транспортом – також із дозволом ДАІ чи патрульної поліції) [27].

До поїздок можуть залучатися не тільки окремі учні, а й цілий клас, паралель класів, група з туристичного гуртка чи станції юних туристів. У сільських школах, де кількість учнів у класах невелика, іноді організовуються поїздки для всієї школи, при цьому від кожного класу делегується кілька учнів. Шкільний туризм іноді називають «педагогічним».

Неповнолітні туристи можуть подорожувати як самостійно, так і разом з батьками. В такому разі їх можна віднести до категорій самодіяльного або сімейного (молодіжного) туризму. У нашому дослідженні основну увагу зосереджено на вивченні колективного дитячого туризму, який охоплює «дитячо-юнацький», «дитячий» та «шкільний туризм».

Сучасні вчені-туризмознавці та педагоги пропонують різні визначення терміна «дитячий туризм». Деякі педагоги акцентують увагу на тому, що дитячий туризм є формою живого пізнання навколишнього світу, а також сприяє руху, зміцненню здоров'я та фізичному загартуванню дітей [51].

М. П. Кляп і Ф. Ф. Шандор надають формулювання дефініцій дитячого та шкільного туризму окремо, хоч їх сутність абсолютно однакова. «І дитячий,

і шкільний туризм – вид туризму, спрямований на задоволення рекреаційних потреб дітей чи учнів. Варто лише зауважити, що дослідники до шкільного туризму відносять також туристсько-краєзнавчу роботу у школі, розрізняючи два його підвиди – мінімальний за обсягом (туризмом займаються в гуртках за бажанням) та обов’язковий для всіх класів у школі – класний туризм» [41].

О. В. Колотуха наголошує, що «дитячо-юнацький туризм – це рекреаційна діяльність дітей та юнацтва, спрямована на задоволення оздоровчих, спортивних та пізнавальних потреб особистості поза місцем постійного проживання й навчання». Він зазначає, що поїздки можна вважати туристичними, якщо вони відбуваються не лише за межами постійного місця проживання, але й навчання. Таке уточнення особливо важливе для студентів [44].

Як стверджує В. О. Зейко, дитячий туризм – це організовані рекреаційні заходи для осіб до 18 років, які відбуваються поза межами їх постійного місця проживання та навчання. Ці заходи спрямовані на використання позаурочного часу для оздоровчої, виховної, культурно-пізнавальної, краєзнавчої та спортивної діяльності та занять [27].

Дефініція, запропонована науковцем знаходиться в межах загальноприйнятої категорії «туризм», викладеного в Законі України «Про туризм», і враховує також дослідження вчених туризмознавців і педагогів.

Тема молодіжного туризму в науковій, туристичній та педагогічній літературі досліджена значно менше, ніж тема шкільного туризму. Це зумовлено, зокрема, меншим педагогічним та виховним впливом туризму на молодь та студентів у порівнянні зі школярами.

Молодіжний туризм поруч із студентським розглядають М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор. Вони вважають, що молодіжний (студентський) туризм – це «різновид туризму, спрямований на задоволення рекреаційних потреб молоді до 35 років» [41]. Науковці також підкреслюють, що до молодіжного туризму належать різноманітні тематичні поїздки, зокрема пов’язані з політико-пропагандистськими заходами, туристсько-екскурсійні походи, річкові та

морські круїзи, тури вихідного дня, оглядові та тематичні екскурсії, а також подорожі та екскурсії в межах навчально-виховного і виробничого процесу. Молодіжний туризм є популярним серед тих, хто надає перевагу недорогим подорожам з використанням менш комфортабельних засобів розміщення та перевезення. Екскурсійні програми зазвичай включають активне спілкування з місцевим населенням та розважальне дозвілля, таке як відвідування дискотек, нічних клубів, кафе та ресторанів [41].

Н. В. Чорненька зазначає, що сектор «молодіжного туризму» в Україні виділений не чітко. Пропозиції туристичних агентств здебільшого орієнтовані на сімейний відпочинок, а екскурсійні тури призначені для туристів різних вікових категорій. Тому більшість молодих людей, які хочуть відпочивати відповідно до своїх уподобань, організовують своє дозвілля самостійно. Молодь часто намагається заощаджувати на проживанні та пересуванні. Як показує статистика, серед української, зокрема студентської, молоді найбільш поширеним є залізничний транспорт, на який надаються знижки. Популярний за кордоном автостоп в Україні поки що не надто розвинутий [87].

У Законі України «Про туризм» окремо розглядаються молодіжний та сімейний туризм, і такої ж думки дотримуються деякі науковці. Відмінність між цими видами туризму обумовлюється тим, що в сімейному туризмі подорожі зазвичай здійснюються подружжям, з дітьми, батьками чи родичами, тоді як молодіжний туризм має більше самодіяльний характер і не обтяжений такою ж великою відповідальністю. Однак, на нашу думку, такий підхід є недостатньо обґрунтованим і здається більш характерним для європейської практики. Згідно з статистикою, середній вік матерів в Україні при народженні перших дітей становить 23,8 років, тоді як в Європі цей показник коливається від 28 до 31 року. Звичайно, після народження первістка туристична активність батьків значно знижується, а напрямки та умови поїздок змінюються, але з часом кількість та маршрути мандрівок знову повертаються до звичних для них форм.

Наприклад, якщо молоді люди звикли до активного відпочинку в

палатках чи на гірськолижних курортах, це не означає, що під час сімейних поїздок вони повинні змінювати місце чи вид відпочинку. Крім того, якщо вважати, що категорія молодіжного туризму обмежується віком від 18 до 24-25 років (після досягнення повноліття та народження дітей), то це визначення обмежує суть молодіжного туризму лише коротким проміжком часу, що збігається з періодом навчання у ВНЗ. Отже, такий підхід втрачає сенс, і молодіжний туризм можна було б назвати «студентським» або віднести до дитячо-юнацького. Крім того, молоді люди до 35 років мають достатньо часу та можливостей, щоб відновити активне подорожування як з дітьми, так і без них.

Отже, до поняття «молодіжний туризм» відносимо молодих людей віком від 18 до 35 років, незалежно від їхнього сімейного стану. Пропонуємо наступне формулювання цього терміну: молодіжний туризм – це рекреаційні заходи молоді віком від 18 до 35 років, пов’язані з пізнавальною, оздоровчою, спортивною та культурно-розважальною діяльністю поза межами постійного місця проживання та навчання, без мети отримання прибутку в місці перебування, які характеризуються переважно активним та насиченим відпочинком.

Важливим для розуміння територіально-ієрархічної організації системи молодіжного та дитячого туризму є розгляд його термінологічного апарату. Вважаємо, доцільно виділяти два об’єкти молодіжного й дитячого туризму – туристську базу та туристський табір.

Туристська база – це рекреаційний заклад капітального типу, який служить місцем обслуговування туристів. Вона призначена для задоволення рекреаційних потреб туристів, зокрема оздоровчих, культурно-пізнавальних та спортивних, за допомогою засобів туристської діяльності [82]. Туристська база часто складається з комплексу будівель і закладів, що забезпечують розміщення осіб та громадське харчування. Вона розташовується в місцях початку або закінчення туристичних маршрутів, що забезпечує зручний доступ для туристів та зручне планування

подорожей.

Туристський табір – це рекреаційний заклад тимчасового типу, який призначений для задоволення рекреаційних потреб туристів та екскурсантів. Він орієнтований на оздоровчі, культурно-пізнавальні та спортивні заходи, використовуючи засоби туристсько-краєзнавчої діяльності. Туристські табори зазвичай організовуються на обмежений період і часто включають різноманітні активності на природі, екскурсії та навчальні програми [82]. Туристські табори можуть бути універсальними за призначенням (оздоровчо-туристські, спортивно-туристські) або спеціалізованими (студентські, міжнародні молодіжні табори). Вони бувають пересувними та стаціонарними, залежно від типу організації та розташування.

Дитячий табір – це засіб розміщення сезонного характеру, який має регламентований режим відпочинку та оздоровлення дітей, зазвичай на канікулах. В дитячих таборах створюються умови для активного відпочинку, фізичного розвитку та культурного збагачення дітей в організованому колективі [7].

Основні форми туристсько-краєзнавчої діяльності в молодіжному та дитячому туризмі – туристсько-краєзнавчі подорожі, прогулянки, екскурсії, спортивні походи, експедиції, змагання.

Під туристсько-краєзнавчою подорожжю розуміємо пересування туристської групи за заздалегідь розробленим маршрутом протягом певного проміжку часу. Це можуть бути екскурсії, прогулянки, туристсько-спортивні походи, експедиції.

Туристська прогулянка є найпростішою, короткочасною формою туристичної діяльності, яка доступна для широких мас і передбачає пересування пішки, на лижах, велосипедах чи човнах. Метою такої прогулянки є оздоровлення та загартування організму, а також освоєння елементів техніки туризму, таких як подолання нескладних природних перешкод, орієнтування на місцевості та елементи туристичного побуту.

Туристичні прогулянки також сприяють формуванню необхідних

туристичних навичок, які будуть корисні під час підготовки до спортивних походів [14-15].

Екскурсія є важливим засобом вивчення рідного краю під час одно- і багатоденних туристичних подорожей. Вона передбачає колективне відвідування певного об'єкта з пізнавальною чи навчальною метою. Екскурсії сприяють загальному культурному розвитку, надаючи можливість ознайомитися з історією, культурою, природними особливостями та важливими пам'ятками регіону чи країни. Вони допомагають поглибити знання учасників про навколишній світ та сприяють формуванню екологічної свідомості й краєзнавчих навичок [61-63]. При проведенні спортивних походів екскурсії зазвичай здійснюються перед виходом на маршрут або після його завершення. Екскурсія, як тип рекреаційної діяльності, є процесом наочного пізнання навколишнього світу, що включає вивчення особливостей природи, історичних подій, сучасних явищ та елементів побуту. Це дозволяє учасникам подорожі краще зрозуміти та оцінити місця, які вони відвідують, збагачуючи їх культурний досвід і сприяючи розвитку пізнавальної активності під час подорожі [8]. Екскурсія є цілеспрямованим, наочним процесом пізнання навколишнього середовища. Вона здійснюється через відвідування заздалегідь відібраних об'єктів, які розташовані в природних умовах. Проведення екскурсії відбувається під керівництвом кваліфікованого фахівця-екскурсовода, який орієнтується на визначену тематику екскурсії, забезпечуючи учасникам глибоке розуміння обраного об'єкта чи теми. Такий підхід дозволяє ефективно донести до туристів знання про історію, культуру, природу та інші важливі аспекти, що є суттєвими для освітнього процесу [26].

Спортивні туристичні походи – це організовані групові або командні подорожі, в рамках яких туристи проходять визначений спортивний маршрут певної протяжності. Такий похід передбачає подолання природних перешкод різної складності (перевали, пороги, печери тощо) в межах нормативного часу. Види спортивних походів можуть включати пішохідний, лижний, гірський, водний, велосипедний, спелеологічний, вітрильний, автомобільний,

мотоциклетний туризм тощо. Також можливі комбіновані походи, де різні види туризму поєднуються в межах одного маршруту (наприклад, пішохідний маршрут може включати водний сплав) [61-63].

Туристська експедиція – це подорож, яка має науково-дослідницький характер, і проводиться з метою вивчення або дослідження певного маршруту, території або конкретних об'єктів. Вона може здійснюватися з використанням різних технічних засобів пересування або без них. Залежно від мети та напрямку дослідження, експедиції можуть бути туристично-спортивними, краєзнавчими, науковими та іншими [82].

Туристські змагання – це форма змагань, яка спрямована на виявлення досягнень туристів у туристсько-спортивному багатоборстві, техніці проходження маршрутів або проведенні спортивних туристичних походів. У таких змаганнях оцінюється майстерність учасників, їхня здатність долати природні перешкоди, виконувати різні туристичні завдання та демонструвати навички в техніці туризму [82].

Туристсько-краєзнавчі подорожі поділяють на туристсько-спортивні, туристсько-краєзнавчі та туристсько-екскурсійні.

Туристсько-спортивний маршрут – це шлях, який проходить спортивна туристська група, і який включає подолання природних перешкод різного типу в межах визначеного часу і згідно з чітким графіком руху. Такий маршрут класифікується за ступенем складності природних перешкод, що долаються учасниками, а також за тривалістю маршруту – від простих до складних, з категоріями складності I–VI. Зазвичай, туристи мають виконувати завдання, пов'язані з подоланням природних труднощів, а також організовувати ночівлі в польових умовах [82].

Санаторії та пансіонати з лікуванням – це спеціалізовані лікувально-профілактичні заклади, які надають реабілітаційне лікування, в основному, використовуючи цілющі властивості природних факторів. Вони можуть бути одно- або багатопрофільними, залежно від спектру наданих медичних послуг. Один із ключових критеріїв для оцінки таких закладів – кількість

ліжок, які повинні бути оснащені необхідним обладнанням, зокрема в період максимального розгортання, що дозволяє забезпечити комфорт і ефективність лікувального процесу [18].

Будинки, пансіонати, бази та інші заклади відпочинку – це спеціалізовані установи, призначені для розміщення та харчування відпочивальників протягом певного терміну. Вони можуть бути цілорічними, діючи протягом усього року, або сезонними, що працюють тільки в певні періоди, залежно від кліматичних умов або попиту. Важливим критерієм оцінки таких закладів є кількість місць, які враховуються в місяць максимального розгортання, коли відбувається пікове навантаження і найбільша кількість відпочивальників [18].

«Колективні засоби розміщування – засоби розміщування, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, в яких кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших, ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву й оплаті відповідно до встановлених цін» [25].

Готелі та аналогічні засоби розміщування – це колективні заклади, що включають більше шести номерів та мають централізоване управління. Вони надають стандартні готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок, прибирання кімнат і санвузлів. Ці заклади згруповані за класами та категоріями, залежно від переліку послуг і наявного устаткування. Важливо, що вони не є спеціалізованими закладами. До цієї категорії належать різноманітні типи засобів розміщування, такі як готелі, мотелі, хостели, кемпінги, гуртожитки для приїжджих, туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори [78].

Спеціалізовані засоби розміщування – це заклади, які можуть працювати без мети отримання прибутку, мають централізоване управління і надають обмежений набір готельних послуг. Такі заклади не обов'язково мають стандартні номери, а можуть пропонувати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення. Крім розміщення, вони виконують

додаткові функції, такі як лікування, оздоровлення або соціальна допомога. До цієї категорії відносяться санаторії, дитячі санаторії, пансіонати з лікуванням, дитячі заклади оздоровлення, санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні, а також інші оздоровчі заклади, наприклад, для одно- чи дводенного перебування [18].

Отже, дитячий та молодіжний туризм є різними видами туризму, які мають відмінності за соціально-демографічними характеристиками та спрямовані на задоволення рекреаційних потреб людей різного віку. Дитячий туризм орієнтований на осіб до 18 років, тоді як молодіжний туризм охоплює осіб віком від 18 до 35 років. Обидва види туризму сприяють використанню позаурочного часу для різноманітної діяльності, включаючи оздоровлення, виховання, культурно-пізнавальні, краєзнавчі та спортивні заходи, що проходять поза межами постійного місця проживання та навчання.

У наступному підрозділі буде досліджено нормативно-правові засади регулювання функціонування дитячого та молодіжного туризму.

1.2 Нормативно-правові засади регулювання організації дитячого та молодіжного туризму в Україні

Згідно з Законом України «Про туризм», існує кілька видів туризму, залежно від категорій осіб, які здійснюють подорожі, їхніх цілей, об'єктів відвідування або інших характеристик. Одним з таких видів є дитячий туризм. Статистика, надана Державною службою статистики України, свідчить, що з 2010 по 2018 рік загальна кількість установ для відпочинку та оздоровлення дітей скоротилася на 44%. Це може свідчити про певні зміни в організації та доступності таких послуг, що вимагає додаткової уваги до розвитку інфраструктури для дитячого туризму [18].

У 2017 р. батьки мали можливість обирати з 9745 дитячих санаторіїв і таборів. У 2017 р. в державних установах відпочив майже 1 млн. дітей: всього 970027 осіб, тоді як у 2016 р. – 935721 особа, що на 3,6 % більше, ніж у 2016 р. [21]. Дійсно, на сьогодні важливо створити ефективну систему організації дитячого туризму, яка б відповідала сучасним вимогам і враховувала специфіку потреб дітей у різних аспектах відпочинку та дозвілля. Для цього необхідно:

1. Розробити чіткі пріоритетні напрямки розвитку дитячого туризму, включаючи оздоровчий, культурно-пізнавальний, спортивний та екологічний туризм.

2. Оновити інфраструктуру та послуги, зокрема, забезпечивши належні умови для організованих поїздок, подорожей та відпочинку в туристичних таборах, базах, санаторіях і пансіонатах.

3. Визначити види дозвілля, що відповідають віковим та фізіологічним особливостям дітей, сприяючи їх загальному розвитку й адаптації до різноманітних умов.

4. Акцентувати увагу на безпеці та педагогічному контролі за організацією туризму, щоб забезпечити дітям не лише цікаве, а й безпечне дозвілля.

Такі кроки допоможуть покращити організацію дитячого туризму в Україні, а також сприятимуть розвитку цього виду діяльності в межах національної та міжнародної співпраці.

Фахівці Асоціації індустрії гостинності України дослідили існуючу ситуацію на ринку і відзначили особливості організації дитячого відпочинку [2]. «Дитячо-юнацький туризм в Україні підпорядкований Міністерству освіти і науки» [56]. Спеціалізовані туристсько-краєзнавчі заклади є важливою частиною системи дитячо-юнацького туризму, оскільки вони не лише забезпечують умови для розвитку туристичних і краєзнавчих навичок, а й сприяють культурному, екологічному та фізичному розвитку молоді. Такі заклади працюють на принципах комплексного підходу, що включає

різноманітні форми та методи позашкільної освіти, організовують туристичні подорожі, екскурсії, походи та експедиції, даючи можливість дітям і молоді отримати практичні знання про природу, культуру та історію рідного краю.

Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді відіграє ключову роль у координації, організації та методичному забезпеченні цієї діяльності, надаючи керівництво та підтримку для місцевих туристсько-краєзнавчих установ. Завдяки таким ініціативам, діти можуть не лише активно відпочивати, а й розвивати свої навички.

Крім того, такі заклади сприяють формуванню екологічної свідомості, патріотизму та соціальної активності серед молоді, що є важливим для загального розвитку особистості. Вони також працюють над організацією обміну досвідом і співпраці з іншими країнами, що дозволяє молодим людям пізнавати інші культури та традиції [84].

Попри зменшення кількості дитячих санаторіїв та оздоровчих таборів за офіційною статистикою, у сучасній Україні як державні, так і приватні установи цього типу все ще займають важливе місце в системі дитячого відпочинку та оздоровлення. Це свідчить про те, що попит на такі послуги серед батьків і громадян не зникає, і існує потреба в створенні та підтримці закладів для оздоровлення дітей [18].

Так, організація дитячого відпочинку в Україні передбачає комплексний підхід, що включає не лише оздоровлення, але й розвиток через різноманітні культурні, пізнавальні та спортивні заходи. Ігри, екскурсії та змагання допомагають дітям розвивати різні навички, такі як командна робота, самостійність, лідерські якості, а також сприяють фізичному розвитку і зміцненню здоров'я.

Однак важливо зазначити, що статистика державних установ, які займаються дитячим відпочинком, враховує лише ті заклади, що регулюються законодавством України, зокрема Законом України «Про оздоровлення та відпочинок дітей». Цей закон визначає основні принципи організації дитячого відпочинку та регламентує діяльність установ.

Згідно з цим законом, дитячий відпочинок може включати різноманітні форми, як от табори відпочинку, санаторії, пансіонати, де надаються послуги оздоровлення та розваг для дітей. Зокрема, до уваги беруться також критерії безпеки, рівень забезпечення медичних послуг, педагогічний супровід та інші важливі аспекти організації дитячого відпочинку [66].

Дитячі табори можна діляться на два типи, які мають свої особливості і принципи роботи (табл. 1.2.1).

Таблиця 1.2.1

Типи дитячих таборів в Україні [12]

Вид дитячої установи	Закон України, що регулює створення та діяльність установи	Особливості установи
Традиційні дитячі установи для оздоровлення та відпочинку	Про оздоровлення та відпочинок дітей	Зміни від 14 до 21 днів
Проектні табори	Про туризм; Про позашкільну освіту	Не мають власної локації та організовуються на базі дитячих центрів і клубів, спортивних установ, мовних шкіл та баз відпочинку. Середня тривалість змін – від 7 до 14 днів. Існують й одноденні табори для організації короткочасного дитячого

Міжнародні фестивалі дитячих таборів і туризму, такі як «KidsCampFest», відіграють важливу роль у розвитку сфери дитячого відпочинку, стимулюючи популяризацію нових ідей і форм організації відпочинку для дітей. Ці фестивалі допомагають підприємцям і організаторам таборів знайти нові напрямки для розвитку та вдосконалення своїх послуг.

Проектні табори є туристичними продуктами, де організатори орієнтуються на цікаві та сучасні формати відпочинку для дітей. Зокрема, одним з популярних напрямків є наметові табори, що поєднують природний відпочинок із комфортом і зручностями. Ці табори знаходяться на території більшого комплексу, що надає всі необхідні умови для перебування дітей, такі як душові, туалети, їдальні, медичні пункти, а також організовані культурно-розважальні програми. Це дає змогу отримати краще поєднання активного відпочинку на природі з належними умовами для забезпечення безпеки та

гігієни.

Симбіоз «дикого» відпочинку на природі та інфраструктури великих туристичних комплексів стає актуальним, оскільки він забезпечує баланс між вільним часом на природі і комфортом, що важливо для батьків, які хочуть, щоб їх діти мали можливість провести час на свіжому повітрі, але при цьому почували себе в безпеці і комфорті [21].

Сімейні табори стають все більш популярними, оскільки вони дають можливість родинам відпочивати разом, поєднуючи час для особистого відпочинку і змістовного проведення часу разом. Вони надають можливість батькам відпочивати від буденних турбот, а також активно взаємодіяти зі своїми дітьми в умовах природи.

Перед оформленням дитини до табору відпочинку важливо, щоб батьки звернули увагу на кілька критичних аспектів для забезпечення безпеки та комфортного перебування дитини:

1. Наявність документів і ліцензій. Це гарантує, що діяльність табору відповідає стандартам безпеки та якості. Важливо, щоб табір мав договір про надання послуг та медичну страховку для дітей, що дозволить уникнути непорозумінь у разі надзвичайних ситуацій.

2. Медичне обслуговування. У таборі повинно бути належне медичне обслуговування, а також чітко визначено, як буде надана медична допомога у разі потреби (наявність медичного працівника, спеціалізованої кімнати, лікарняних засобів).

3. Особливості проживання. Оцінити умови проживання, такі як кількість дітей у номері, чи є у кожної дитини своє ліжко, чи є необхідні умови для комфортного відпочинку, а також наявність туалетів і душових. Важливо, щоб харчування було різноманітним та збалансованим.

4. Забезпечення безпеки. Перевірити, чи є в таборі заходи щодо безпеки, такі як огороження, камери спостереження, наявність інструкцій на випадок екстрених ситуацій.

5. Кваліфікація співробітників табору. Важливо перевірити рівень

кваліфікації та досвіду працівників табору: чи мають вони спеціальну освіту та досвід роботи з дітьми.

Забезпечення цих критеріїв дозволяє батькам бути впевненими в тому, що їхні діти перебуватимуть у безпечному та комфортному середовищі, де їх здоров'я, розвиток та відпочинок будуть на першому місці.

Окрему категорію відпочинку дітей становлять туристичні подорожі на межі України, зокрема до Туреччини, Болгарії, Єгипту [3]. Це, в першу чергу, відпочинок на морі, в закладах санаторного типу. У зв'язку з цим виникає потреба оформлення відповідних документів, які надавали б право перебувати дитині за кордоном.

Відповідно до ст. 2 Закону України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» [72] неповнолітні громадяни України можуть виїжджати за кордон за певних умов. Для цього вони повинні мати один із наступних документів: паспорт громадянина України для виїзду за кордон; дипломатичний паспорт; службовий паспорт; проїзний документ дитини; вписування у закордонний паспорт одного з батьків – якщо дитина не має власного закордонного паспорта, вона може бути вписана в паспорт одного з батьків, при цьому батьки повинні бути з нею під час подорожі.

Для виїзду неповнолітньої дитини з України також необхідно отримати дозвіл від обох батьків (або від одного, якщо він є єдиним опікуном), якщо дитина виїжджає з одним із батьків або без батьків.

Відпочинкові послуги для дітей мають на меті забезпечення здорового та збалансованого дозвілля, яке включає активний та пасивний відпочинок, організацію раціонального харчування та відповідні умови проживання, що відповідають стандартам безпеки та комфорту.

Що стосується виїзду дітей за кордон, то цей аспект регламентується рядом нормативно-правових документів, які встановлюють правила та процедури для організації міжнародних подорожей дітей. Основні документи, що регулюють виїзд дітей за кордон, зокрема, відповідно до п. 4 «Правил перетинання державного кордону громадянами України», затверджених

постановою Кабінету Міністрів України від 27.01.1995 р. № 57 [83].

Так, відповідно до нових правил, паспорт для дитини можна оформити вже з перших днів її народження, що значно спрощує процес виїзду за кордон, зокрема до країн Європейського Союзу. Цей паспорт буде біометричним, тобто міститиме вбудований чіп з особистими даними власника, що дозволяє автоматично ідентифікувати людину при перетині кордону.

Таким чином, для перетину кордону з ЄС візи для власників біометричних паспортів для дітей більше не потрібні, якщо дитина має такий паспорт. Це полегшує процес подорожей, оскільки раніше для багатьох дітей для виїзду за кордон необхідно було оформляти візу.

Так, згідно з нововведеннями в українському законодавстві, зокрема з 2019 року, діти, які досягли шістнадцятирічного віку, мають право на вільний самостійний виїзд за кордон без необхідності отримувати дозвіл від батьків. Однак для дітей до 16 років виїзд за кордон можливий тільки за згодою батьків або в їх супроводі, а також з особами, яким батьки уповноважили супроводжувати дитину незалежно від мети подорожі – чи для лікування, оздоровлення, туристичної екскурсії або поїздки до родичів.

Щоб отримати паспорт для виїзду за кордон для дитини, потрібно звернутися до територіального підрозділу Державної міграційної служби України. Для цього слід подати всі необхідні документи для виготовлення закордонного паспорта, включаючи свідоцтво про народження дитини, фотографії та інші вимоги, що можуть відрізнятися в залежності від віку дитини та інших обставин.

Вартість виготовлення закордонного паспорта для дитини визначається відповідними нормативними актами, і залежить від того, чи є необхідність термінового виготовлення паспорта, а також від інших факторів, визначених законодавством [72].

В Україні активно розвивається дитячий туризм, який охоплює різні напрямки, зокрема участь дітей у спортивних змаганнях, культурних заходах, конкурсах та інших подібних ініціативах як на національному, так і на

міжнародному рівнях. Це вимагає значних фінансових та матеріальних ресурсів, а також організаційних зусиль для забезпечення подорожей.

Окремо слід зазначити, що дитячий туризм в Україні звертає увагу на соціально незахищені категорії дітей, зокрема тих, хто має особливі потреби, пов'язані зі здоров'ям. Важливим напрямком є розвиток адаптивного туризму, який спрямований на створення доступних та безпечних умов для дітей з обмеженими можливостями або іншими особливими потребами. Це включає в себе організацію турів, які відповідають вимогам здоров'я, комфортного відпочинку, оздоровлення та розвитку таких дітей.

Забезпечення гідних умов для життя та відпочинку, а також підтримка ініціатив, спрямованих на розвиток дитячого туризму, є важливими аспектами сучасної політики в Україні.

В Україні важливо дотримуватися нормативно-правових актів, які регулюють різні аспекти організації дитячого та молодіжного туризму.

На практиці, хоча термінологія може варіюватися, дитячий та молодіжний туризм дійсно визначають як окремі форми туризму, залежно від віку учасників. Дитячий туризм зазвичай охоплює дітей віком до 18 років, тоді як молодіжний туризм відноситься до осіб віком від 18 до 35 років. Цей поділ допомагає правильно організовувати програми, які відповідають віковим особливостям учасників, їх інтересам, фізичним можливостям та потребам у відпочинку, оздоровленні чи пізнанні.

Розробка та застосування єдиної термінології в цій сфері, безумовно, є важливим кроком для стандартизації, що дозволить не лише полегшити комунікацію між фахівцями, але й забезпечити належне законодавче регулювання дитячого та молодіжного туризму [21].

Дитячий і молодіжний туризм, як види (форми) туризму виділені у класифікаціях усіх науковців, Законі України «Про туризм» та у статуті Всесвітньої туристичної організації [96]. Різниця у класифікаціях пов'язана з використанням підходів: соціально-економічного, демографічного, педагогічного або спортивного.

Одна з найбільших проблем у цій сфері полягає в недостатньому економічному управлінні в дитячих оздоровчих таборах, що негативно впливає на правильне ціноутворення та ефективне використання ресурсів. Ці фактори можуть призвести до неефективного використання наявних можливостей, низького рівня заповнення таборів та, як наслідок, негативних фінансових результатів.

Важливою проблемою є відсутність налагоджених контактів між туристичними компаніями та дитячими оздоровчими таборами. Туристичні фірми можуть мати великий потенціал для просування та реклами цих послуг, а їх залучення допомогло б збільшити попит на путівки та полегшити доступ батькам до високоякісних туристичних пропозицій для дітей.

Знижки на путівки, в основному, є важливим інструментом для залучення клієнтів, але це також повинно бути добре збалансовано з фінансовою політикою таборів, щоб не погіршити їх економічне становище.

Залучення фахівців з економіки та туризму до розробки та організації дитячих турів може значно покращити ситуацію.

Державні відомства реалізують державну молодіжну політику в контексті виконання загальнодержавної програми «Молодь України» [56]. Останнім часом державна підтримка дитячого та молодіжного туризму стала більш відчутніша. Так, «Укрзалізниця» дійсно надає дітям безплатний або пільговий проїзд у період канікул, що є важливою підтримкою для родин, які бажають організувати для своїх дітей оздоровчі та туристичні поїздки. Така ініціатива допомагає значно зменшити фінансове навантаження на батьків і зробити дитячий туризм більш доступним. ISIC дозволяє отримувати пільги на транспорт, проживання, квитки на заходи та інші послуги, що є вигідними як для дітей, так і для молоді, що відправляється на навчальні чи культурні заходи.

Загальноосвітні закордонні тури, які поєднують відпочинок з поглибленим вивченням іноземної мови, стають дедалі популярнішими серед українських дітей. Такі тури пропонують значну кількість можливостей для

дітей різного віку, які хочуть не тільки відпочити, але й удосконалити свої мовні навички. Особливо затребуваними є поїздки до таких країн, як Великобританія, Іспанія, Мальта, де діти мають можливість зануритися в мовне середовище, а також відвідати культурно значущі місця. Це дозволяє не лише вивчати мову через інтерактивні уроки, а й практикувати її у реальних життєвих ситуаціях, спілкуючись з носіями мови [83].

Однією з основних труднощів є невідповідність між державними ініціативами, які намагаються зробити туризм доступним для дітей (наприклад, безкоштовний проїзд), і високими витратами на інші етапи подорожі, зокрема на проживання.

Одним з можливих рішень цієї проблеми є використання досвіду міжнародної практики, зокрема в галузі бюджетного проживання, яке пропонують хостели. У багатьох країнах хостели є доступним і комфортним варіантом для молоді та дітей, що подорожують. Хостели не лише забезпечують дешеве проживання, але й мають гнучкі умови для організації групових поїздок, зокрема для молодіжних і дитячих туристичних груп.

Важливо зазначити, що хостели можуть стати чудовим варіантом для організації дитячого туризму, якщо буде забезпечено належний рівень безпеки та відповідальності за організацію подорожей.

У багатьох країнах такі заклади, як хостели, стають важливими елементами в інфраструктурі туризму, і їх популярність серед молоді та туристів продовжує зростати. В Україні також можна було б використовувати цей досвід для розвитку доступного дитячого туризму, зберігаючи баланс між бюджетними витратами та забезпеченням безпеки та комфортних умов для маленьких мандрівників [83].

Кабінетом Міністрів України 12 травня 2004 р. були затверджені заходи, які залишаються важливими напрямками для покращення туристичної інфраструктури та забезпечення належних умов для дітей і молоді, які подорожують. Розглянемо деякі з цих ініціатив:

- 1) Утворення Міжвідомчої координаційної ради.

- 2) Інвентаризація об'єктів інфраструктури.
- 3) Підтримка інноваційних проектів.
- 4) Створення мережі молодіжних готелів.
- 5) Розробка пілотного проекту молодіжного готелю.
- 6) Символіка молодіжного туризму.
- 7) Благодійна акція «Подаруй дитині літо».
- 8) Молодіжні туристичні фестивалі.
- 9) Маркетингові кампанії для дитячих та молодіжних готелів.
- 10) Розробка екскурсійно-краєзнавчих тем для дітей.
- 11) Включення туристичних поїздок до навчальних планів шкіл.
- 12) Всеукраїнський ярмарок послуг дитячого та оздоровчого туризму.
- 13) Інтернет-портал для дитячого та молодіжного відпочинку.
- 14) Видання сучасних карт і путівників.
- 15) Розвиток міжнародного молодіжного туризму.
- 16) Міжнародна конференція «Молодіжний та дитячий туризм і відпочинок.
- 17) Ціноутворення на туристичні продукти для дітей та молоді.

Ці заходи представляють собою комплексний підхід до розвитку дитячого та молодіжного туризму в Україні, і їх реалізація могла б значно підвищити рівень доступності та якості цього виду відпочинку. Водночас необхідно звернути увагу на відсутність їх чинності та потребу в актуалізації і впровадженні нових ініціатив [66].

При щорічному збільшенні обсягу державного фінансування програми оздоровлення дітей, коштів вистачає тільки на третину потреби [21].

Існує низка важливих проблем, які впливають на ефективність організації дитячого оздоровлення в Україні, зокрема, недостатня прозорість у проведенні тендерів, відсутність чітких критеріїв оцінки якості, а також суттєві відмінності в організації цієї діяльності між різними областями країни. Покращити ситуацію можуть:

1. Чіткий механізм розподілу та оцінки якості оздоровлення. Важливо розробити стандартизовані критерії оцінки якості послуг, що надаються дитячими оздоровчими закладами. Механізм повинен включати регулярні аудити, сертифікацію та контроль відповідності нормам безпеки та якості.

2. Покращення прозорості тендерів. Введення відкритих онлайн-майданчиків для подачі пропозицій, а також регулярні публікації результатів оцінки пропозицій допоможуть зменшити корупційні ризики та підвищити

довіру до цього процесу.

3. Розвиток сучасного менеджменту. Впровадження європейських стандартів у галузі менеджменту дитячих оздоровчих закладів є необхідним для забезпечення високої якості послуг.

4. Передбачуваність інвестицій і попиту на послуги. Важливо розробити механізми збору та аналізу даних, які дозволять чітко прогнозувати потреби в оздоровчих послугах на рівні регіонів. Це допоможе зменшити фінансові ризики для інвесторів.

5. Соціально-економічні проблеми і конфлікт. Поточна соціально-економічна криза та збройний конфлікт, безумовно, ускладнюють ситуацію в галузі дитячого оздоровлення.

Ці кроки дозволять значно покращити ситуацію в сфері дитячого оздоровлення в Україні та зробити її більш прозорою, ефективною і адаптованою до сучасних вимог [21].

Органи регіональної влади повинні сприяти розвитку мережі дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, не допускати скорочення їх кількості, перепрофілювання та використання не за призначенням – приватизації під інші цілі тощо. Сприятлива екологічна ситуація, безпечне середовище, гостинність місцевого населення й висока кваліфікація кадрів формує сприятливі передумови для організації туризму й рекреації, а також санаторно-курортного лікування як для дорослих, так і для дітей.

У результаті систематизації проблем розвитку сфери дитячого оздоровлення координація роботи структурних підрозділів дитячих закладів оздоровлення та відпочинку повинна спрямовуватися на забезпечення таких ключових завдань канікулярного періоду:

- фізичне, психічне, соціальне та моральне оздоровлення;
- забезпечення повноцінного відпочинку, включаючи активну й пасивну релаксацію, компенсацію та рекреацію;
- всебічний розвиток особистості;
- організацію змістовного дозвілля.

Нагальною є потреба у підготовці аніматорів та проходженні практики в подібних закладах і установах не лише майбутніми педагогами, вихователями та соціологами, а й фахівцями туристичної галузі, зокрема студентами спеціальності «Туризм». Для ефективної організації екскурсій і подорожей з учнівською та студентською молоддю в Україні, надання послуг з тимчасового розміщення, а також організації виїздів дітей за кордон для відпочинку й оздоровлення необхідно дотримуватися відповідних інструктивних вимог. При проведенні автобусних екскурсій, подорожей керівний склад групи призначається згідно з вимогами «Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» [66].

Зростаючий попит на впровадження нових форм дитячого оздоровлення можна задовольнити, і частково це вже реалізується завдяки створенню приватних дитячих закладів. У ЗУ «Про туризм» у статті «Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткові організації в галузі туризму» висвітлено діяльність установ, які забезпечують функціонування цього сектору громадянського суспільства. Зазначено доцільність налагодження співпраці між громадськими організаціями туристичного спрямування та туристичними фірмами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у сфері туризму суб'єкти туристичної діяльності мають право створювати неприбуткові організації відповідно до положень Цивільного кодексу України, Закону України «Про об'єднання громадян» чи інших нормативно-правових актів.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства також можуть об'єднуватися в громадські організації туристичного спрямування для реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів. Такі організації мають право відповідно до закону представляти інтереси споживачів туристичних послуг.

Дитячий туризм – це сфера, що вимагає особливої відповідальності. Обираючи дитячий чи молодіжний туристичний табір, туроператори прагнуть

врахувати всі аспекти: розміщення, харчування, медичне забезпечення, охорону, зручність проїзду, а найголовніше – якість програми та професійність керівників груп.

Поряд із профільними закладами еколого-натуралістичного спрямування, закладами дитячо-юнацької технічної творчості та комплексними позашкільними закладами (палацами, центрами, будинками позашкільної роботи, дитячо-юнацькими центрами), туристсько-краєзнавчі заклади є невід'ємною складовою системи позашкільної освіти та виховання в Україні. Саме вони формують основу системи дитячо-юнацького туризму.

Організація дитячого туризму, зокрема наповнення його змісту національно-патріотичним вихованням і краєзнавчими дослідженнями, відкриває для туроператорів нові можливості для розширення та поглиблення співпраці в забезпеченні якісних туристичних послуг для дітей.

Для ефективної реалізації цього напрямку важливо налагоджувати партнерські зв'язки зі структурними підрозділами державних центрів туризму і краєзнавства учнівської молоді, а також із закладами шкільної та позашкільної освіти [12].

У наступному розділі нами буде досліджено підходи до управління розвитком туризму.

1.3 Компоненти методології управління розвитком сфери туризму

Методологія дослідження охоплює всі методи, техніки та інструменти, які застосовуються для вивчення управління розвитком туризму. Методи дослідження являють собою засоби, що використовуються для дослідження.

Водночас методологія дослідження – це підхід, який дозволяє системно вирішувати дослідницькі завдання, пояснюючи, як саме здійснюється вивчення управління з наукової точки зору. Застосовуючи методологічні

основи, дослідники визначають кроки вивчення конкретного питання, дотримуючись логічної послідовності.

Таблиця 1.3.1

Зміст підходів до управління розвитком туризму [88]

Підхід	Характеристика
1	2
Системний	являє собою напрям методології дослідження, в основі якого лежить розгляд об'єкта як цілісної множини елементів у сукупності відносин і зв'язків між ними.
Проектний	полягає у формуванні групи з високим ступенем мотивації для роботи над конкретним проектом і використання новітніх комп'ютерних програм, спеціально призначених для управління проектами.
Програмно-цільовий	комплексний аналіз проблем і цілей та поєднання різноманітних заходів і ресурсів на вирішення однієї проблеми, досягнення однієї загальної мети (попередньо деталізованої і структурованої на базі методів аналізу цілей).
Маркетинговий підхід, орієнтований на споживача	полягає в тому, що споживач диктує свої умови на ринку, вимоги до конкретного продукту за кількістю і якістю, а виробник до них пристосовується, але не пасивно, а активно, шляхом формування, в свою чергу, певних потреб.
Кібернетичний	полягає у здійсненні керуючих впливів системи управління на керовані підсистеми для досягнення оптимального функціонування об'єкта в цілому.
Інформаційний	полягає в тому, що при вивченні будь-якого об'єкта, процесу чи явища в управлінні, виявляються найхарактерніші для нього інформаційні аспекти.
Гуманістичний	передбачає створення таких умов та змісту праці, які б забезпечували зниження рівня відчуження працівника від його трудової діяльності та інших працівників (в його межах виділяють концепцію управління людиною).
Інтеграційний	націлений на дослідження і посилення взаємозв'язків між: окремими підсистемами і елементами системи менеджменту; стадіями життєвого циклу об'єкта управління; рівнями управління по вертикалі; рівнями управління по горизонталі.
Мережевий	сукупність заходів, що орієнтована на оптимальне управління з точки зору зацікавлених сторін, найскладнішим завданням при якому є визначення основи для розробки стратегії роботи мережі.
Діяльнісний	полягає в тому, що результативність діяльності з управління туризмом досягається за рахунок виконання суб'єктами різноякісних видів діяльності.
Ризикологічний	полягає у виявленні специфіки формування та реалізації управління в туризмі в умовах зростаючої невизначеності та ризикованості.

Отже, важливо не лише володіти знаннями про методи та інструменти

дослідження, а й використовувати науковий підхід, тобто методологію, що забезпечує обґрунтованість і системність у вирішенні дослідницьких завдань.

Основними компонентами методології управління є: підхід, парадигма, пріоритети, орієнтири, критерії, альтернативи, процедури вибору, засоби управління та обмеження. Серед них підхід до управління виступає ключовим компонентом, оскільки саме він визначає вибір і використання всіх інших складових методології. Табл. 1.3.1 узагальнює різні види підходів до управління розвитком туризму.

Системний підхід займає особливе місце у методології управління розвитком туризму. Як компонент методології управління, він має такі ключові особливі ознаки (рис. 1.3.1).

У контексті управління розвитком туризму, з урахуванням його специфіки, значення для економіки та вагомого впливу на її розвиток, ключовою ознакою системного підходу є цілісність. Ця ознака передбачає, що об'єкт розглядається як єдина система, яка складається зі взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, організованих відповідно до визначених принципів. Такий підхід дозволяє забезпечити узгодженість дій, раціональність використання ресурсів і досягнення стратегічних цілей у сфері туризму.



Рис. 1.3.1 Основні ознаки системного підходу як компонента методології управління [88]

Туристична діяльність безсумнівно є системним явищем. У межах системного підходу до цієї сфери важливо зазначити, що узгоджена взаємодія між підсистемами значно підвищує ефективність роботи організації та є результатом ретельного планування. На відміну від характеристик окремих підсистем, організація в цілому визначає глобальні та стратегічні цілі. Саме така цілісна система має налагоджувати взаємодію із зовнішнім середовищем [39].

З управлінської точки зору, туристичний комплекс є системою, що включає технічні, економічні та соціальні елементи, організаційно взаємопов'язані між собою, і поділяється на дві основні підсистеми: керовану (об'єкт управління) та керуючу (суб'єкт управління), які взаємодіють через інформаційні канали. Керована підсистема представляє внутрішню структуру туристичної індустрії, що складається з технічних, технологічних, організаційних та економічних елементів, а також зв'язків між ними. Важливо, що кожен елемент є керованим, але лише в рамках єдності та взаємозв'язку всіх складових. Керуюча підсистема в туристичному комплексі включає сукупність факторів, що впливають на об'єкт управління, і складається з органів управління та засобів оргтехніки, які забезпечують їх функціонування.

Управління туристичною галуззю полягає в розподілі функцій управління між органами влади, туристичними організаціями та самоврядуванням на рівні споживачів туристичних послуг. Внаслідок цього в практиці функціонують різні системи управління туризмом. Кожна система управління має власну структуру комунікацій між суб'єктами управління в галузі. Суб'єкти управління перебувають у постійній взаємодії з фірмами, які займаються виробництвом туристичних послуг, а також зі споживачами цих послуг. Така взаємодія повинна бути організованою, оскільки це є необхідною умовою ефективного функціонування та розвитку туристичної галузі.

Застосування проектного підходу в нашій державі стикається з рядом проблем, що зумовлюють досить низький рівень успішності проектів.

Науковці виділяють наступні проблеми в управлінні проектами:

- відсутність належного теоретико-методологічного обґрунтування управління проектами з їх специфічними ознаками та спрямуванням;
- недостатній рівень методзабезпечення впровадження концепції проєктного менеджменту в реалізації стратегічних перемін.
- низький рівень організаційної та управлінської культури, а також слабка стратегічна орієнтація менеджменту.

Туристичне проєктування з позицій стратегічної спрямованості потребує регулювання на державному та регіональному рівнях через ухвалення цільових програм розвитку туристичної галузі, що сприятиме зростанню соціально-економічної ефективності туризму та підвищенню туристичної привабливості України на світовому туристичному ринку. Важливо відзначити, що розвиток туристичної діяльності на макроекономічному рівні, що базується на виявленні його закономірностей, тенденцій та соціально-науково-технічного процесу, вимагає координації всіх сфер економіки, пов'язаних з туризмом. Такий зв'язок забезпечить інтеграцію зусиль держави і бізнесу для створення ефективної туристичної інфраструктури на основі проєктного підходу. [70].

Реалізація проєктного підходу на макрорівні має за мету створення можливостей для виявлення та визначення інвестиційно привабливих проєктів у регіонах, з одного боку, і їх реалізацію через використання соціальних ініціатив, проведення тендерів, конкурсів, створення кластерів, а також проведення маркетингових досліджень на основі холістичного менеджменту, з іншого. Регіональне проєктування в туризмі передбачає чітке формулювання ідей розвитку туристичних регіонів, відповідно до розроблених державних проєктів, з урахуванням потреб та ініціатив дестинацій в умовах обмежених ресурсів, чітко визначеного часу та необхідної кількості і якості ресурсів. Ефективність проєктного підходу на мезотуристичному рівні забезпечується створенням кваліфікованої та досвідченої команди проєкту, що ґрунтується на тісній співпраці та

узгодженості дій між органами державного управління, науковими установами, підприємцями та інвесторами. Саме така інтеграція є потужним завданням органів влади різних рівнів управління в реалізації проектного підходу до розвитку туризму [70].

Стратегічна орієнтація туристичного проектування вимагає регулювання на державному та регіональному рівнях через ухвалення цільових програм розвитку туристичної галузі, що сприятиме зростанню соціально-економічної ефективності туризму та підвищенню туристичної привабливості України на світовому туристичному ринку. Розвиток туристичної діяльності на макроекономічному рівні, який ґрунтується на виявленні закономірностей, тенденцій, соціального та науково-технічного прогресу, вимагає координації всіх сфер економіки, пов'язаних з туризмом. Така взаємодія забезпечить інтеграцію зусиль держави та бізнесу для створення високоякісної туристичної інфраструктури на основі проектного підходу (рис. 1.3.2).



Рис. 1.3.2 Проектний підхід до управління розвитком сфери туризму [70]

На думку науковців, програмно-цільовий підхід є одним з найбільш ефективних методів управління як на державному, так і на місцевому рівнях. Він реалізується цільовими програмами та забезпечує прямий взаємозв'язок між розподілом бюджетних ресурсів та фактичними (запланованими) результатами їх використання відповідно до зазначених пріоритетів державної політики. Категорія «програмно-цільове управління» може трактуватися у широкому сенсі, як метод програмного втілення управлінських рішень, а також як реалізація комплексного підходу при вирішенні соціально-економічних проблем [38]. Програму часто розглядають як інструмент змін, який обирається з кількох альтернативних варіантів як найефективніший шлях для досягнення запланованих результатів. Поняття «цільова» вказує на спрямованість програм на досягнення чітко визначеної мети, що була встановлена заздалегідь..

Для досягнення позитивного ефекту від застосування програмно-цільового підходу має бути безпосередній взаємозв'язок між витраченими коштами та результатами. Важливо відзначити, що цей зв'язок має зворотний характер: від виділених коштів залежить результат надання послуг, а отриманий результат визначає обсяг коштів, які будуть спрямовані на цю мету в наступному бюджетному періоді.

Щодо інтеграційного підходу, то для формування ефективного механізму управління підприємствами, що надають туристичні послуги, найбільш доцільно застосовувати його з орієнтацією на посилення взаємозв'язків між окремими підсистемами та компонентами системи менеджменту. Наприклад, це стосується підсистем інформаційного забезпечення та функцій планування туристичної діяльності, які повинні бути тісно інтегровані для забезпечення ефективного управління [71].

При формуванні туристичного продукту важливу роль відіграє стратегія маркетингу. З одного боку, маркетинг застосовують вже на етапі просування на ринок визначеного асортименту послуг туристичного підприємства. З іншого боку, перед тим, як визначити, які послуги можна реалізувати на

ринку, необхідно зрозуміти потенційні можливості підприємства і на основі цього формувати асортимент туристичних послуг. Висока міра взаємодії персоналу туристичного підприємства зі споживачами вимагає приділення особливої уваги інтеграції маркетингової стратегії з ефективною операційною стратегією підприємства. Це є основною умовою досягнення високої якості туристичних послуг і забезпечення належної економічної та соціальної ефективності корпоративної структури в цілому. Маркетингова стратегія в сфері туристичних послуг повинна включати наступні базові елементи:

1. Аналіз ринку та потреб споживачів – дослідження тенденцій, потреб та уподобань цільової аудиторії.
2. Позиціонування продукту – визначення унікальності туристичних послуг і їх конкурентних переваг.
3. Стратегія просування – вибір каналів комунікації та рекламних інструментів для ефективного представлення продукту на ринку.
4. Ціноутворення – визначення цінової політики, що відповідатиме якості послуг і можливостям споживачів.
5. Управління відносинами з клієнтами – розробка стратегій для підтримки лояльності та довгострокових відносин з клієнтами.

Імплементація системи стратегічного маркетингу на підприємствах туризму, як у загальному контексті, так і щодо управління формуванням туристичного продукту, потребує належної формалізації. Це включає розробку чітких і стандартизованих процесів для визначення стратегічних цілей, планування маркетингових заходів, оцінки ефективності та контролю за виконанням. Формалізація цієї системи дозволяє створити структуровану основу для ефективного управління маркетинговими процесами, оптимізації ресурсів і забезпечення досягнення поставлених цілей та допомагає у підвищенні прозорості управлінських рішень і дозволяє здійснювати моніторинг результатів на всіх етапах реалізації стратегії. як це подано на рис. 1.3.3.

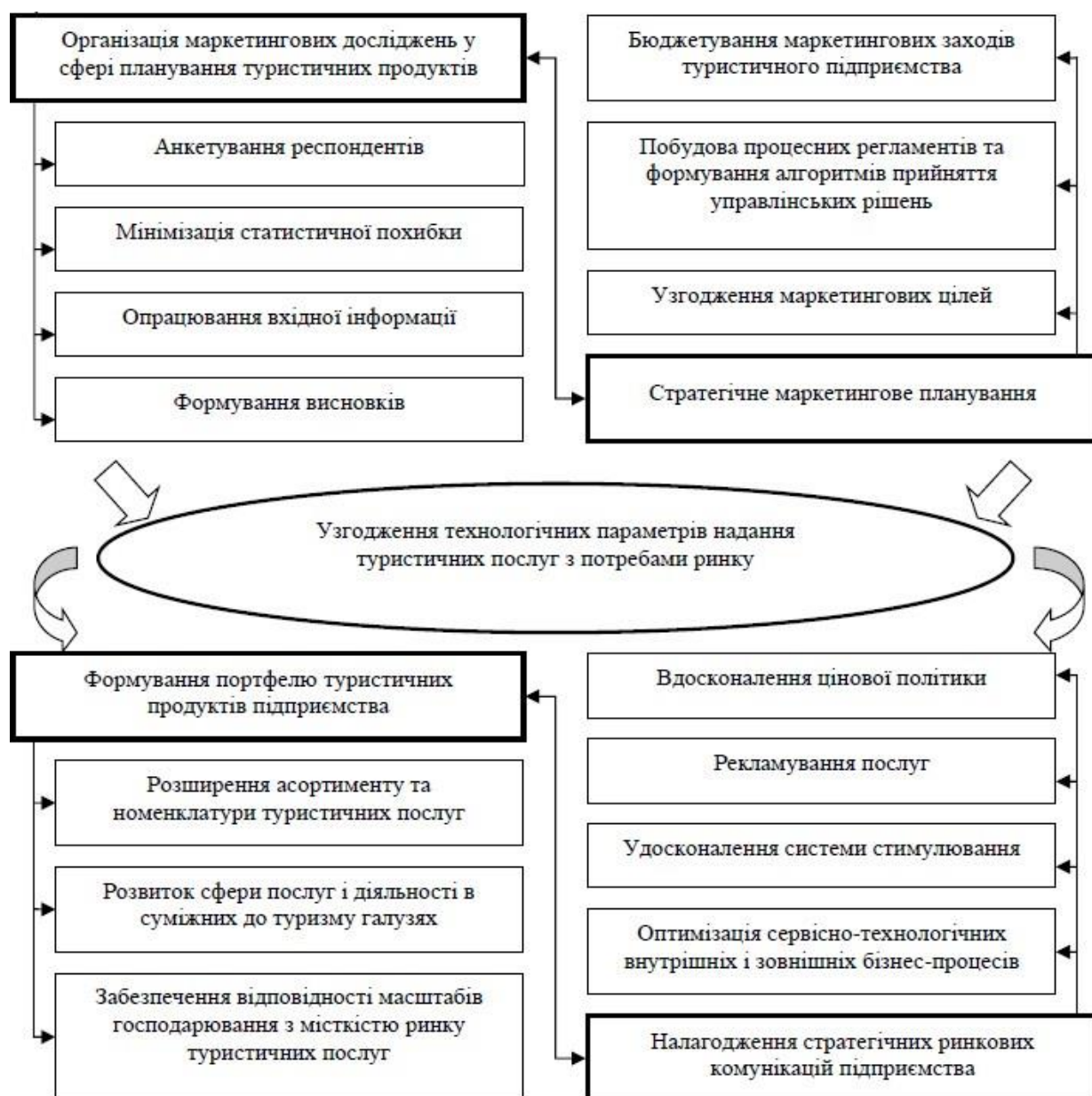


Рис. 1.3.3 Агрегована структурна модель стратегічного маркетингу у сфері управління формуванням туристичного продукту підприємства [52]

Діяльнісний підхід дозволяє розкрити зміст управлінських функцій, які виконуються кожним із трьох взаємодіючих суб'єктів управління (органи державної влади, виробники туристичних послуг, туристи — споживачі послуг), і показати, що результативність управління туризмом досягається через виконання ними різноманітних видів діяльності. Туризм слід розглядати як певний вид діяльності, який включає мету, засіб, результат і сам процес діяльності, тому його аналіз здійснюється на основі діяльнісного підходу.

Ризикологічний підхід, у свою чергу, застосовується для оцінки ризиків як факторів, що впливають на умови життєдіяльності в ситуаціях переходу від

невизначеності до визначеності та навпаки. Він допомагає виявити специфіку формування та реалізації управлінських рішень у туристичній діяльності в умовах зростаючої невизначеності і ризикованості[88].

Серед концептуальних підходів для формування механізму управління підприємствами, що надають послуги міжнародного туризму, вважається важливим приділяти увагу спрямуванню управління відповідно до економічних цілей. Однією з найбільш значущих особливостей функціонування таких підприємств є те, що турпродукт і послуга міжнародного туризму є туристичною пропозицією підприємств і мають специфічні характеристики, серед яких найважливішими є відповідність властивостей турпродукту до потреб обраних сегментів споживачів. Споживча вартість, або цінність турпродукту, є предметом суб'єктивного оцінювання споживачем, що, у свою чергу, впливає на ймовірність повторного звернення клієнтів.

Саме тому управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму має бути спрямоване на створення цінності турпродукту, що передбачає ціннісно-орієнтоване управління. Це дозволяє забезпечити не тільки задоволення потреб клієнтів, а й досягнення економічних цілей підприємства в умовах високої конкуренції на міжнародному ринку.

Цінність товарів та послуг можна оцінити за допомогою двох базових підходів: перший передбачає однофакторну цільову функцію підприємства, де основною метою є максимізація цінності для власників, а другий – багатофакторну цільову функцію, що ґрунтується на теорії «зацікавленості сторін». Для підприємств, що надають послуги міжнародного туризму, характерний другий підхід. Це пояснюється тим, що турпродукт є комплексом результатів діяльності різних підприємств і спеціалізованих організацій, тобто «зацікавлених сторін».

Одна з умов при формуванні механізму управління в таких підприємствах – це забезпечення ефекту співпраці та кооперації для досягнення спільних цілей. Отже, ціннісно-орієнтоване управління має на меті

формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму, що гарантує створення необхідної економічної цінності турпродукту.

Через системний підхід визначаються місії, завдання та цілі підприємств, що надають послуги міжнародного туризму, здійснюється аналіз впливу факторів на підсистеми керування та керовані підсистеми, а також вивчаються існуючі відхилення від запланованих результатів. Важливо визначити найбільш вагомі чинники, що спричинили ці відхилення, а також використовувати найбільш доцільні методи та способи для підвищення ефективності управління і приведення системи до бажаного стану. Це включає раціональне використання наявних ресурсів і залучення додаткових для досягнення високих економічних результатів.

Системний підхід також застосовується на різних рівнях управлінської системи, що дозволяє глибше аналізувати і адаптувати процеси підприємства. Зокрема, важливим є процес перетворення інформаційних потоків у логістичній системі підприємств з надання послуг міжнародного туризму, який можна розглядати як з позиції процесного, так і системного підходу.

На основі ситуаційного аналізу проводиться управлінське дослідження, яке має на меті визначити відповідність діяльності підприємства, що надає послуги міжнародного туризму, стратегічним цілям і зовнішнім змінам, а також оцінити ефективність і відповідність його організаційної структури. Важливим етапом є визначення слабких та сильних сторін підприємства для досягнення як економічних, так і соціальних цілей.

Таким чином, особливе значення має проведення моніторингу зовнішніх і внутрішніх умов конкурентної поведінки підприємства. Це дозволяє своєчасно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, коригувати стратегію і організаційну структуру, оптимізувати внутрішні процеси і забезпечити стабільність та розвиток підприємства на ринку міжнародного туризму [71].

Отже, функціонування системи управління розвитком туризму дає

змогу ефективно реагувати на сучасні динамічні умови ринку, приймаючи обґрунтовані рішення для усунення впливів негативних зовнішніх і внутрішніх чинників. Це дозволяє мінімізувати ризики, що стримують розвиток підприємств туристичної сфери, і створює умови для їх стабільного зростання та адаптації до змін. Ефективно організована система управління може сприяти оптимізації ресурсів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню сталого розвитку туристичних підприємств.

У наступному розділі буде проаналізовано тенденції розвитку дитячого та молодіжного туризму у світі та Україні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТА МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1 Аналіз розвитку стану молодіжного туризму у світі

Останніми роками спостерігається трансформація соціально-демографічного портрету споживача послуг туристичної індустрії. Однією з основних змін є поява нової, найчисельнішої категорії споживачів – це покоління молодих людей, народжених напередодні чи в 2000-х роках, звані «міленіали» або «покоління Z». Саме ця категорія стане основним драйвером туристичного попиту найближчі 20 років. Однак, поряд з цим, спостерігається й інше явище – старіння туристів, зокрема, популяризація подорожей серед людей на пенсії.

Розуміння потреб і поведінкових реакцій цих нових категорій туристів є важливим для розвитку туристичних дестинацій та успішного функціонування туристичного бізнесу. Однак на фоні загальної глобальної активізації молодіжного туризму в Україні індустрія молодіжного туризму залишається малоактивною. Негативні тенденції в цьому напрямку посилюються через відсутність скоординованої державної політики в розвитку індустрії гостинності та нестачу спеціалізованих економічних та маркетингових досліджень, спрямованих на вивчення потреб потенційних молодіжних туристів.

Для реального забезпечення сталого розвитку молодіжного (студентського) туризму в Україні важливо врахувати глобальні тенденції цієї галузі та співвіднести їх із сучасними реаліями країни. Молодь є рушієм соціально-економічного та інноваційного розвитку, а молодіжний туризм виступає швидкозростаючим напрямком туристичної індустрії, орієнтованим на юнаків і підлітків. Його популярність пояснюється прагненням молодого покоління до пізнання світу, отримання нових вражень і досвіду.

Молодіжний туризм охоплює різні форми подорожей, пов'язані з пізнавальною, оздоровчою, спортивною, волонтерською, культурно-розважальною діяльністю, що здійснюється поза межами постійного місця проживання або навчання. Йому притаманні активність, насиченість, доступність, зручність онлайн-планування, а також гнучкість графіка. Молодь віддає перевагу частим, хоча й коротким поїздкам, які дозволяють отримувати новий досвід та розширювати кругозір.

Молодіжний туризм має наступні функції [10]:

- «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» [10].

Подорожі, як рідною країною, так і за кордон, відкривають перед підростаючим поколінням низку можливостей. Вони сприяють підвищенню інтелектуального рівня, розширюють світосприйняття, формують толерантне ставлення до різних культур, релігій і традицій, а також допомагають навчитися бачити красу навколишнього світу. Окрім цього, подорожі розвивають комунікабельність, самодисципліну, здатність адаптуватися до умов сучасного життя та формують звичку подорожувати, що є важливим елементом активного дозвілля. Подорожі, як рідною країною, так і за кордон, відкривають перед підростаючим поколінням низку можливостей. Вони сприяють підвищенню інтелектуального рівня, розширюють світосприйняття, формують толерантне ставлення до різних культур, релігій і традицій, а також допомагають навчитися бачити красу навколишнього світу. Окрім цього, подорожі розвивають комунікабельність, самодисципліну, здатність адаптуватися до умов сучасного життя та формують звичку подорожувати, що

є важливим елементом активного дозвілля [10].

За ознакою віку молодіжний туризм, як правило, поділяють на три головні напрямки:

- 1) студентський туризм;
- 2) туризм міленіалів;
- 3) туризм «покоління Z».

Згідно досліджень UNWTO, студентський туризм у 2016 році налічував 270 млн. туристів, що становило 23% від загальної кількості прибуттів, а обсяг витрат цієї категорії сягнув 286 млрд. доларів США [93]. Водночас кількість подорожуючих студентів та сума їхніх витрат демонструють стійке зростання (рис. 2.1.1).

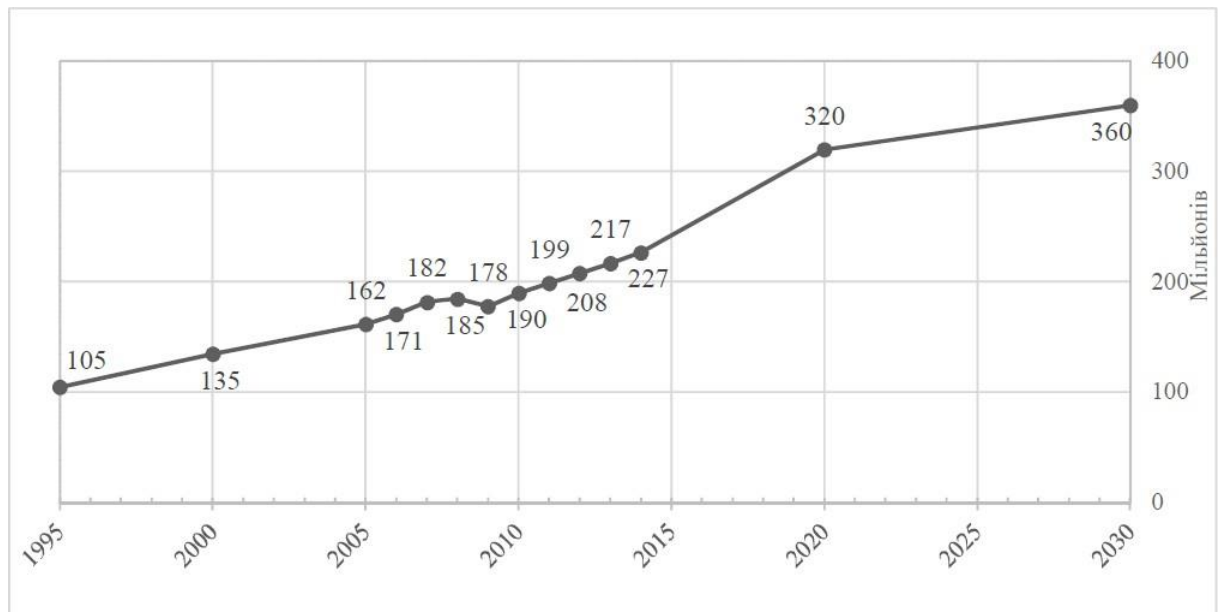


Рис. 2.1.1 Студентський туризм (млн. прибуттів) [96]

Міленіали, термін, що останнім часом широко використовується для позначення молодих подорожуючих, охоплюють покоління, народжене у 1980-1995 роках [96]. Хоча це поняття частіше використовується в маркетингових цілях, ніж у наукових дослідженнях, воно є важливим у туристичній індустрії. Прогнозувалось (до пандемії), що до 2020 року міленіали здійснять 320 млн. міжнародних подорожей, що на 47% більше порівняно з 2013 роком, коли таких подорожей налічувалося 217 млн. При

цьому середні витрати міленіалів під час подорожі складають 3217 доларів США, що трохи менше, ніж у старшого покоління, яке витрачає 3381 долар США [93].

Покоління міленіалів активно використовує онлайн-сервіси для планування подорожей, проте часто стикається з труднощами у визначенні власних потреб під час туристичної поїздки. Вони є активними користувачами соціальних мереж, захоплюються фотографуванням місць відвідин, зазвичай використовуючи мобільні телефони, і віддають перевагу активним видам відпочинку. Водночас їхній дохід нерідко є нестабільним, що впливає на вибір формату подорожей.

Міленіали характеризуються наступними рисами:

- народились і вирости у глобалізованому світі, мають Інтернет, активно користуються сучасними гаджетами та соціальними мережами;
- проживають у урбанізованих територіях;
- по різному відносяться до роботи та відпочинку (60% з них – за активні мандрівки) [93];
- прагнення до взаємозв'язку та комунікації;
- пошук реальних, а не віртуальних вражень;
- прагнення поділитися своїми враженнями (як правило, через соцмережі та Інтернет);
- подорожують 4-5 протягом року;
- фінанси витрачають вибірково;
- вивчають життя та побут аборигенів під час подорожей;
- віддають перевагу екзотичним та емоційним видам туризму;
- екологічно дружні довкіллю.

Виходячи з цього, можна сформулювати їх базові потреби у мандрівках подорожах:

Міленіали формують попит за принципом "тут і тепер", причому він відзначається високою еластичністю. Вони відчують постійну потребу у швидкісному Інтернеті, адже онлайн-присутність є для них надзвичайно

важливою. Це обумовлює вимоги до туристичних операторів і закладів забезпечувати безкоштовний бездротовий зв'язок для своїх клієнтів.

Підтримання зв'язку з гостями є невід'ємною частиною роботи з цією аудиторією. Для цього використовуються соціальні мережі, мобільні додатки, смс-розсилки, прямий маркетинг, промоакції та інші канали комунікації. Крім того, виникає потреба глибоко розуміти своїх відвідувачів, як потенційних, так і реальних. Це вимагає створення баз даних і проведення маркетингових досліджень.

Персоналізація продуктів, послуг і досвіду має вирішальне значення для залучення міленіалів, а е-маркетинг стає ключовим інструментом для просування туристичних продуктів та послуг.

Аналізуючи фактори, що впливають на розвиток туристичного бізнесу у сфері молодіжного туризму, можна виділити низку ключових аспектів. Найбільш вагомим позитивним чинником є стан охорони здоров'я в туристичній дестинації, адже безпека та доступність медичних послуг є пріоритетом для молодих мандрівників. Водночас найбільш негативний вплив має загроза тероризму, оскільки вона створює почуття небезпеки та значно знижує привабливість туристичних напрямків (рис. 2.1.2).



Рис. 2.1.2 Фактори, які впливають на розвиток туристичного бізнесу [96]

Покоління Z, до якого належать молоді люди, народжені після середини 90-х років, становить майже 30% населення світу, серед яких 29 млн. є міжнародними мандрівниками. Особливістю туристичної індустрії, орієнтованої на цю аудиторію, є їхні пріоритети та поведінкові моделі під час подорожей.

Близько 40% витрат під час поїздок припадає на їжу та напої, що свідчить про важливість гастрономічного аспекту в молодіжному туризмі. Основні активності під час подорожей включають відвідування кафе та ресторанів і шопінг, тоді як музеї перебувають на останніх позиціях за популярністю. Набирає популярності гастрономічний і винний туризм, причому 41% молодих мандрівників охоче відвідують виноградники, якщо випадає така можливість (рис. 2.1.3).



Рис. 2.1.3 Особливості молодіжної туристичної індустрії [93]

Жіночий одиночний туризм набуває все більшої популярності у світі, особливо серед міленіалів. На сьогодні близько 80% рішень щодо подорожей приймаються саме жінками. Якщо раніше жінки здебільшого мотивували своїх партнерів або сім'ї до подорожей, то тепер спостерігається зростання кількості одиночних поїздок. За даними досліджень, у 2014 році 72% американок здійснили хоча б одну подорож

самостійно, що підтверджує тенденцію до збільшення індивідуальних туристичних подорожей серед жінок.[89].

Україна, станом на 2016 рік, мала біля 11,5 млн. осіб молодого населення віком від 14 до 35 років, що становило понад 27% від загальної кількості населення [18]. За результатами дослідження Київського міжнародного інституту соціології, проведеного наприкінці травня 2017 року, 44% українців віком від 18 до 29 років не планували виїжджати з метою подорожей та відпочинку. Лише 6% молодих людей планували подорожувати за кордон. Також значна частина молоді ніколи не виїжджала за межі України, а серед тих, хто виїжджає, більшість робить це не для туризму, а з метою працевлаштування. [79].

Основними причинами слабкої туристичної активності української молоді є кілька факторів.

По-перше, це низький рівень соціально-економічного забезпечення молоді, що обмежує можливості для подорожей.

По-друге, існує нестача сформованого туристичного продукту, спеціально орієнтованого на українську молодь, а також недостатня інформація про доступні варіанти подорожей.

По-третє, відсутність культури подорожування, яка формується ще з дитинства, також негативно впливає на рівень туристичної активності серед молодих людей в Україні..

Через глобальну тенденцію збільшення питомої ваги молодіжного туризму, з одного боку, та низьку активність української молоді у сфері туризму та подорожей, з іншого, постає нагальна потреба у впровадженні державних та місцевих бюджетних програм для співфінансування внутрішніх подорожей Україною для дітей та молоді. Це дозволить стимулювати інтерес до туризму серед молоді та покращити доступність подорожей. Крім цього, молодіжний та дитячий внутрішній туризм допоможе зміцнити економіку та зберегти культурну спадщину країни [80].

У наступному підрозділі нами буде проаналізований ринок дитячого

туризму в Україні.

2.2 Характеристика ринку дитячого туризму в Україні

Дитячий туризм – найбільш стабільна ділянка туристичного сектору більшості країн. Організація відпочинку дітей має свої нюанси і потребує особливої уваги, ретельної підготовки та врахування всіх безпекових аспектів. Тому організацією дитячого туризму повинні займатися висококваліфіковані фахівці, які мають не лише достатній досвід роботи з дітьми, але й спеціальну освіту, що дозволяє забезпечити належний рівень безпеки та комфорт під час подорожей [73].

Зі зростанням популярності дитячих таборів, яка відроджується, збільшується і кількість підприємств, що пропонують відповідні послуги. Перед батьками постає непросте завдання вибору табору, який зможе забезпечити безпечний відпочинок для дитини, поєднуючи освітні та розважальні програми. Водночас варто зазначити, що при рівних цінах на відпочинок в Україні та за кордоном, «внутрішнє» оздоровлення дитини має кілька незаперечних переваг: відсутність різких змін кліматичних умов, наявність постійного телефонного зв'язку з табором, можливість відвідати дитину в будь-який час, а також відсутність мовного бар'єру, що забезпечує більш комфортне спілкування з персоналом.

Зі збільшенням цін на путівки в оздоровчі центри та табори виникають ситуації, коли якість обслуговування і умови проживання дітей не відповідають обіцяним стандартам. Діти, по-перше, не завжди є надто вимогливими до рівня комфорту, а по-друге, часто не знають точно, що включає пакет послуг, про який батьки домовлялися під час придбання путівки. Крім того, разом із потребою у кваліфікованій допомозі при виборі табору, існує проблема організації безпечного супроводу дитини до місця відпочинку.

Останні кілька років у нашій країні спостерігається наростання темпів

виїзного туризму, при паралельному збільшенні потоку внутрішніх туристів. Крім літнього відпочинку на морі, все більше людей обирають відпочинок у Карпатах. Однак більшість внутрішніх туристів (приблизно 90%) воліють самостійно організовувати свій відпочинок в Україні. У 2017 році внутрішні туристи становили близько 17% від загальної кількості туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності [37].

Аналіз динаміки кількості туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності протягом 2011-2017 років, показав, що близько 13-14% від загальної кількості туристів становили діти та молодь до 17 років. Проте протягом досліджуваного періоду спостерігалось зниження цього показника до 8% у 2015 році, після чого відбулося поступове відновлення в 2017 році (рис. 2.2.1).

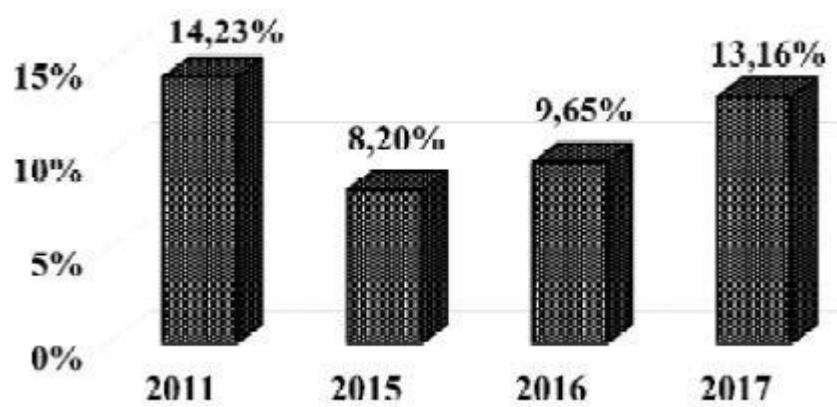


Рис. 2.2.1 Дітей серед туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності [18]

Подальший аналіз співвідношення загальних і внутрішніх туристичних потоків, а також їх диференціації за типами обслуговування (юридичними або фізичними особами), виявив певні тенденції. Протягом досліджуваного періоду спостерігалось значне скорочення відсотка «внутрішніх» туристів серед дітей, які користувалися послугами юридичних осіб (туроператорів і турагентів), з 15% до 7%. Водночас скорочення відсотка дітей серед «внутрішніх» туристів, які обслуговувалися фізичними особами, було незначним (рис. 2.2.2).

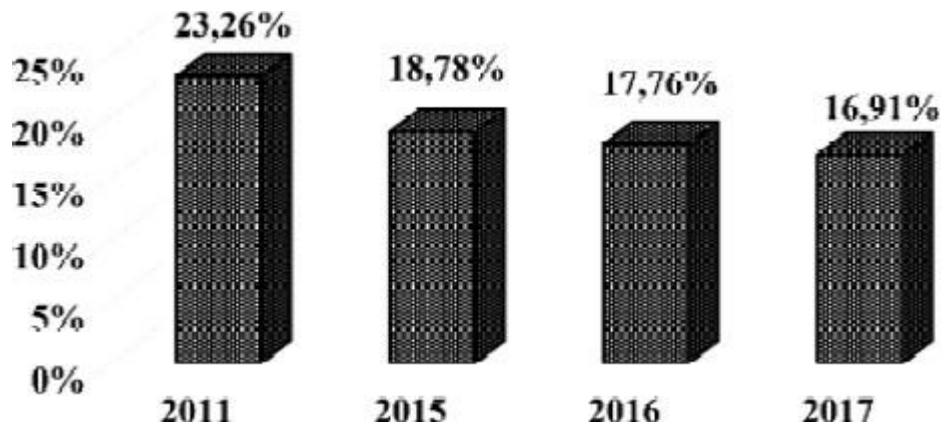


Рис. 2.2.2 Діти («внутрішні» туристи) серед усіх, обслугованих фізичними особами [18]

Статистичні дані свідчать, що значний відсоток продажів у фізичних осіб, які надають послуги внутрішнього туризму, припадає на продажі дитячих путівок [37]. Це стосується фізичних осіб – туристичних агентів, які є платниками єдиного податку першої або другої групи. Однією з причин такої стабільності є те, що все більше туристичних агентств, які представляють інтереси туроператорів (наприклад, дитячих таборів або організаторів програм), розширюють асортимент своїх послуг через реалізацію відповідних путівок. Крім того, вони надають супутні послуги, такі як організація залізничного та автобусного трансферу, страхування тощо, що сприяє популяризації дитячого туризму.

Після різкого скорочення кількості дитячих закладів у 2010-2015 роках, протягом останніх 4 років цей показник залишається стабільним. Так, улітку 2018 року працювало 9328 дитячих закладів. Звертає на себе увагу співвідношення між кількістю закладів оздоровлення та відпочинку, яке складає 1:30, що вказує на перевагу закладів відпочинку. Однак аналіз кількості місць у цих закладах виявив зворотну закономірність: кількість місць у закладах оздоровлення майже вдвічі більша, ніж у закладах відпочинку станом на літо 2018 року (рис. 2.2.3).

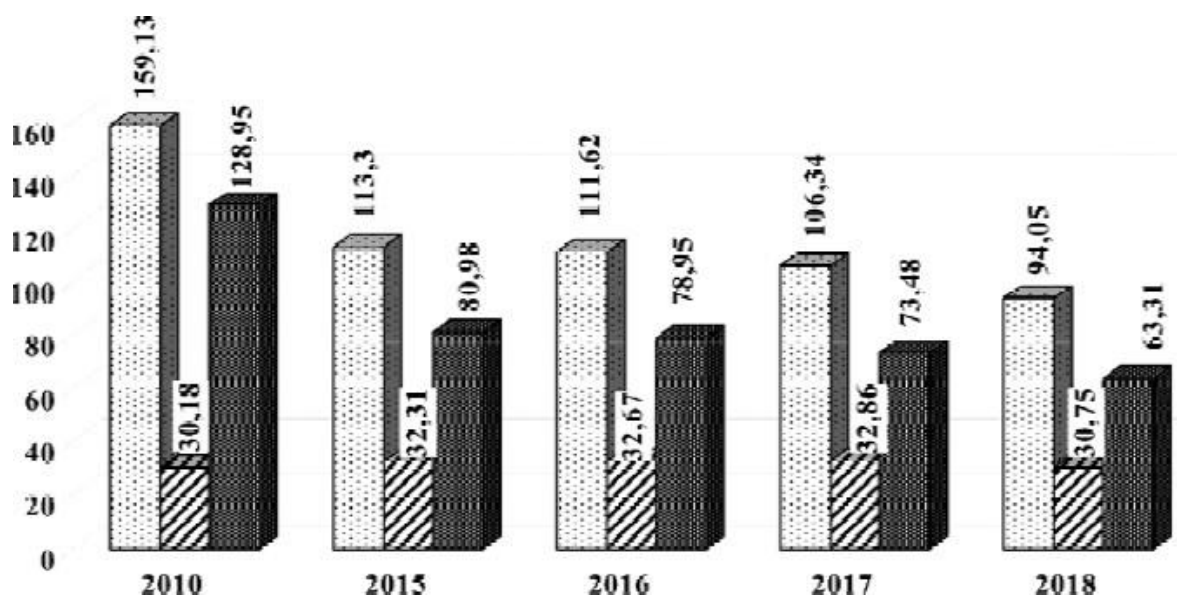


Рис. 2.2.3 Кількість місць у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку в 2010-2018 рр., тис. од. [18]

У цьому випадку не враховуються заклади відпочинку з денним перебуванням та наметові містечка. Заклади оздоровлення в основному представляють собою старі будівлі, створені ще в радянський період, які потребують модернізації відповідно до сучасних норм.

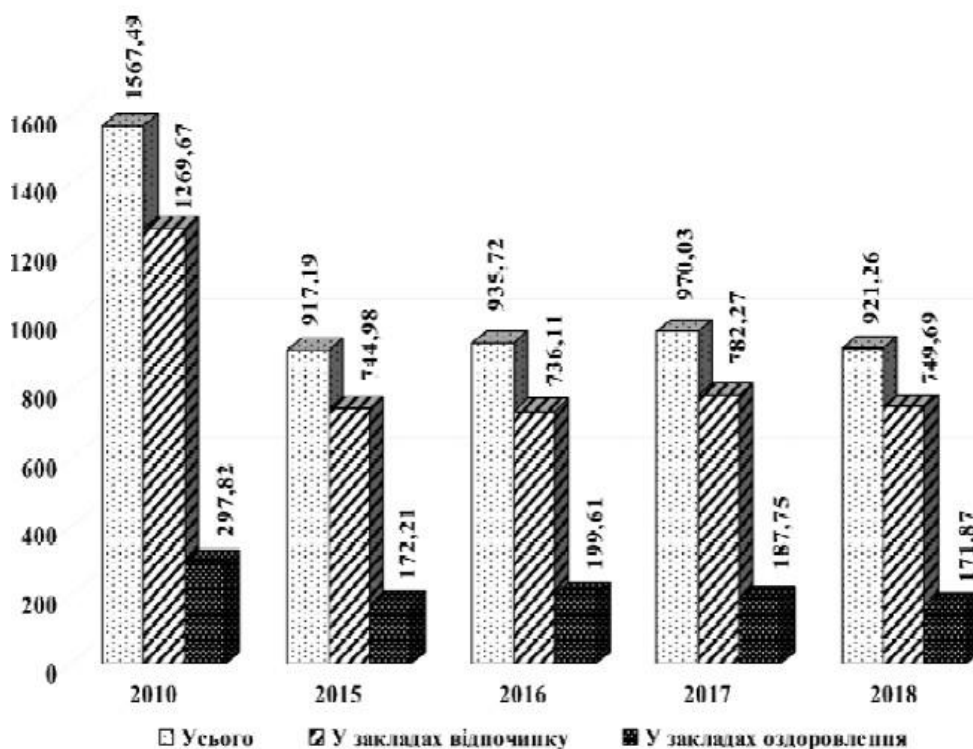


Рис. 2.2.4 Кількість дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2010-2018 рр., тис. осіб [18]

Наведена статистика вказує на поступове скорочення кількості відпочиваючих у закладах оздоровлення. Це відбувається через зменшення державного фінансування, що призводить до припинення діяльності цих закладів або скорочення кількості місць. Водночас спостерігається збільшення попиту на заклади відпочинку, які в комплексі з дозвіллям можуть надавати окремі послуги оздоровлення, але з вищою якістю завдяки комерційній складовій [73]. З цим пов'язані й результати аналізу показника кількості дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку (рис. 2.2.4).

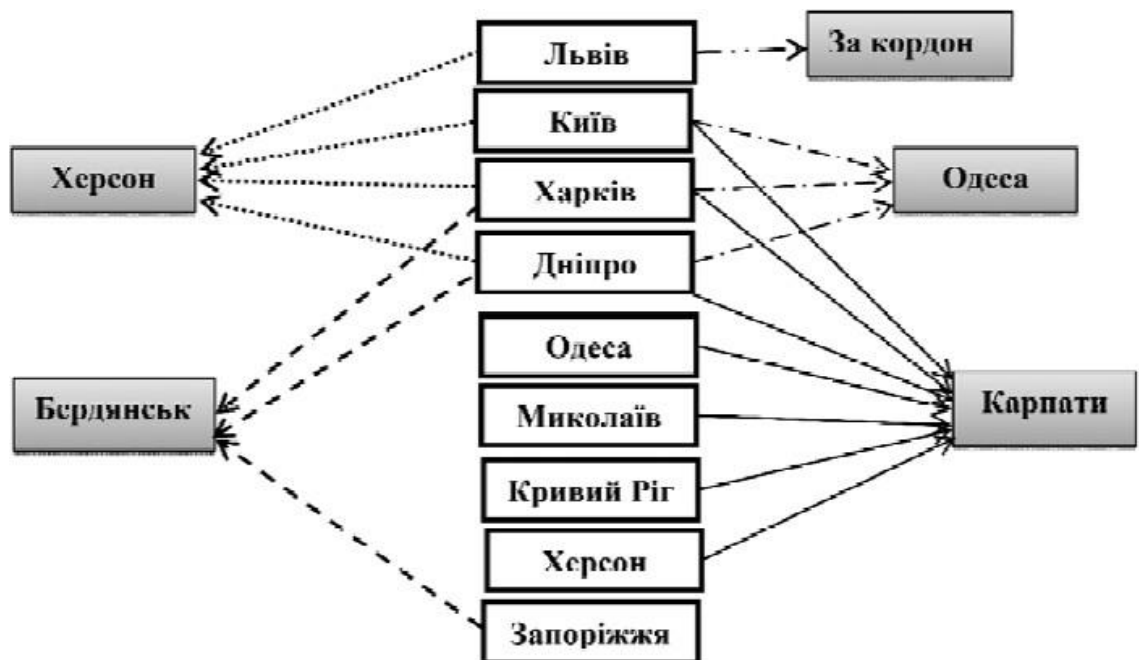


Рис. 2.2.5 Найбільш популярні шляхи міграції дітей на відпочинок [32]

Постійно спостерігається зворотна залежність між кількістю місць у закладах оздоровлення (закладах відпочинку) і кількістю дітей, що їх відвідали. Зокрема, незважаючи на набагато меншу кількість місць у закладах відпочинку, влітку 2018 року в таких закладах перебувало майже в 4,5 рази більше дітей, ніж у закладах оздоровлення. Дані, представлені на рисунку 2.2.4, враховують усіх дітей, що відпочивали влітку, включаючи тих, хто був розміщений у наметових містечках, а також тих, хто відпочивав у режимі денного перебування.

Важливим аргументом на користь користування послугами спеціальних

туристичних агенцій є те, що рекреаційні області України знаходяться на значній відстані від потенційних споживачів. Через необхідність організації трансферу попит на табори, розташовані недалеко від дому, для тих, хто їде вперше або для дітей молодшого віку, значно перевищує попит на відпочинок у віддалених від постійного перебування дітей областях країни. Однак, попит на напрямки, такі як Карпати, Одеса, Херсон, залишається стабільним. Якщо не враховувати тих, хто обирає відпочинок у своєму регіоні, можна визначити найбільш популярні шляхи міграції дітей на відпочинок (рис. 2.2.5).

Пасивними через невелику кількість дітей з інших регіонів країни нині можна назвати Донецьк, Луганськ (за відомих причин), Суми, Рівне, Луцьк, Чернівці.

Рис. 2.2.6 демонструє інформацію стосовно пересування дітей для відпочинку в межах України (наведено % дітей з інших регіонів країни, які відпочивали в конкретній області).

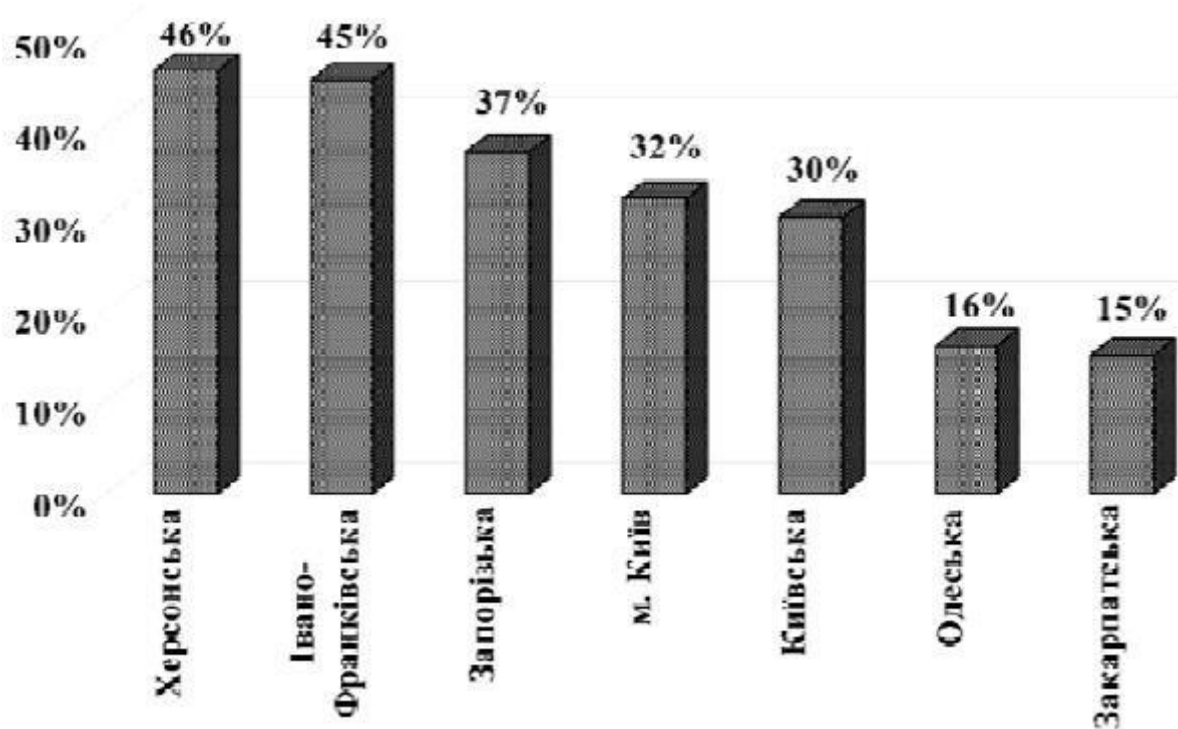


Рис. 2.2.6 Міграція дітей з метою оздоровлення та відпочинку у дитячих закладах влітку 2018 р. (приїзд) [18]

Варто зазначити, що значне перевищення кількості дітей, які перебували в закладах відпочинку, над тими, хто відвідував заклади

оздоровлення (див. рис. 2.2.3 та 2.2.4), зумовлене відносно короткою тривалістю змін у перших, яка зазвичай триває 10-12 днів. Проведений аналіз свідчить про гостру необхідність організації трансферу. У пікові періоди літнього відпочинку (три місяці) кількість поїздок до місць відпочинку може сягати 12-14 разів. І це лише для одного напрямку (наприклад, Київ – Воловець), без урахування потреби збирання дітей з багатьох міст країни. Деякі табори організовують трансфер із Києва, однак для дітей з інших регіонів України ця складова відпочинку залишається невирішеною [58].

Трансфер – далеко не єдина проблема, з якою стикаються батьки під час організації відпочинку для своїх дітей. Іншою, не менш важливою, є впевненість у якісному та безпечному перебуванні дитини. Перед вибором оздоровчого закладу батькам звертають увагу на такі ключові аспекти [54]:

- виконання санітарних норм у конкретному оздоровчому закладі;
- документ на відповідність від ДСНС і пожежної служби;
- наявність кабінету медичної служби;
- угода із страховою організацією;
- угоди із охоронною організацією (компанією);
- наказу відносно проведення програми відпочинку;
- документ про надання категорії та наявність у реєстрі закладів

дитячого оздоровлення;

- не менше одного вихователя на 15 дітей (групу);
- дата заснування закладу та постійна педагогічна основа колективу

Дотримання цих критеріїв допоможе батькам забезпечити своїм дітям комфортний та безпечний відпочинок.

Проаналізуємо процес реалізації послуг у сфері дитячого туризму в Україні. Якщо розглядати дитячий табір як організатора відпочинку, який забезпечує комплекс туристичних послуг (проживання, харчування, програми дозвілля, екскурсії тощо), то за своєю функціональністю табір можна вважати своєрідним туристичним оператором.

Основними споживачами на ринку дитячого туризму нині є підприємства та приватні особи. Завдяки наявності на ринку не лише комерційного попиту, а й щорічного бюджетного фінансування з боку Міністерства соціальної політики України, попит на путівки до дитячих оздоровчих та санаторно-курортних таборів залишається стабільним і високим.

Це свідчить, що ринок дитячого туризму є перспективним, завдяки підтримці з боку держави та наявності сталої аудиторії споживачів [73].

Пропозицію на ринку дитячого туризму формують підприємства, що спеціалізуються на наданні послуг для дітей, зокрема табори, санаторії, туристичні бази, навчальні школи, готелі тощо. Крім того, функціонують спеціалізовані туроператори, які організовують дитячі програми на адаптованих базах і в готелях. Важливо, щоб такі об'єкти відповідали побутовим і санітарним стандартам, необхідним для дитячого оздоровлення.

Ринок дитячого туризму має свою унікальну структуру. Діти виступають кінцевими споживачами туристичних послуг, однак зазвичай не обізнані з деталями пакетів послуг, оскільки рішення про покупку приймають їхні батьки. Таким чином, саме батьки відіграють ключову роль у виборі туристичного продукту, орієнтуючись на власні побажання та уявлення про якісний відпочинок для дітей (рис. 2.2.7).

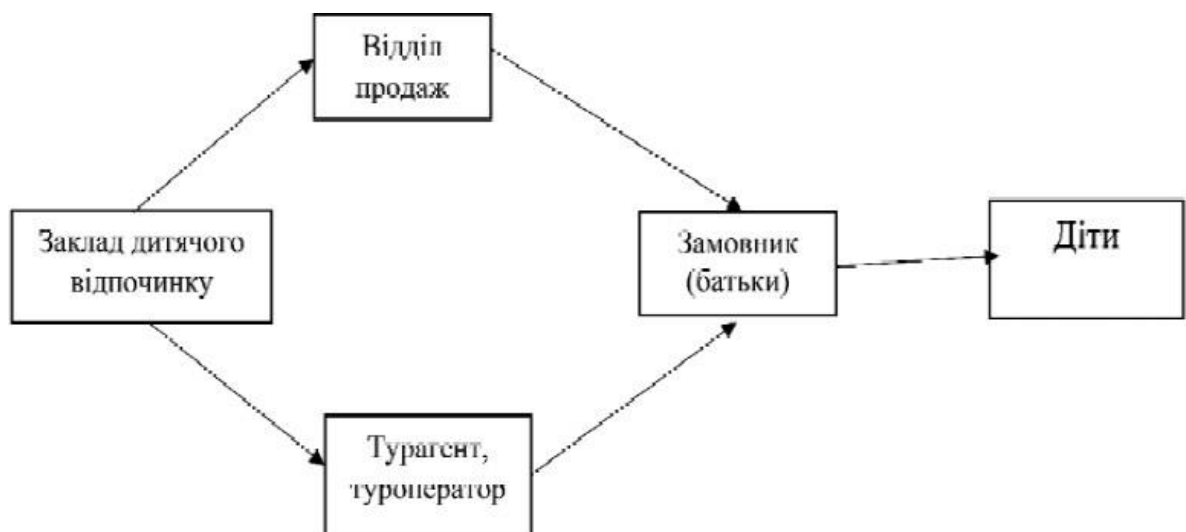


Рис. 2.2.7 Структура ринку дитячого туризму [32]

На початкових етапах становлення і розвитку сучасного дитячого туризму оздоровчі заклади знаходили переваги у співпраці з туристичними агентствами, які виступали їхніми представниками у різних містах України та країн пострадянського простору. Така модель дозволяла закладам ефективніше просувати свої послуги, залучати ширшу аудиторію та забезпечувати стабільний потік відпочивальників.

Туристичні організації (агентства) мали змогу:

- ефективно рекламувати послуги табору (закладу);
- популяризувати та пропагувати відпочинок дітей серед батьків;
- проводити поточний пошук потенційних клієнтів та покращувати обсяги реалізації послуг табору;
- організувати трансфер від місць проживання – відпочинку і у зворотному напрямку;
- бути представником інтересів оздоровчого закладу для дітей на різних заходах (виставках, семінарах).

Організація дитячого відпочинку, де туристичні агенції відіграють ключову роль як посередники, є найбільш ефективною та зручною для всіх учасників процесу: дитячих закладів відпочинку, агентів, батьків і дітей. Однак, попри очевидні переваги, деякі табори та організатори почали недооцінювати роль туристичних компаній у процесі реалізації путівок, що може вплинути на ефективність продажів та якість послуг. Існують чинники, які змінюють таку ситуацію:

- 1) табір бажає зекономити кошти на % для агентств;
- 2) виникнення міні-таборів (впевнені, що впораються з продажами без участі турагента);
- 3) недостатня поінформованість стосовно вартості туру у туристичній агенції;
- 4) недоброчесна робота окремих представників агентств, що погіршує репутацію інших (зокрема, невиконання зобов'язань) [32].

В цілому, аналіз вітчизняного дитячого туристичного ринку (дані

Державної служби статистики України) [18] за 2010-2019 рр., слід підкреслити, що насправді існують негативні тенденції. Зокрема, відбулося істотне скорочення кількості власне закладів для дітей, і, як наслідок – кількості дітей, які відпочивали в закладах влітку (рис. 2.2.8).

Примітка. Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях [18].

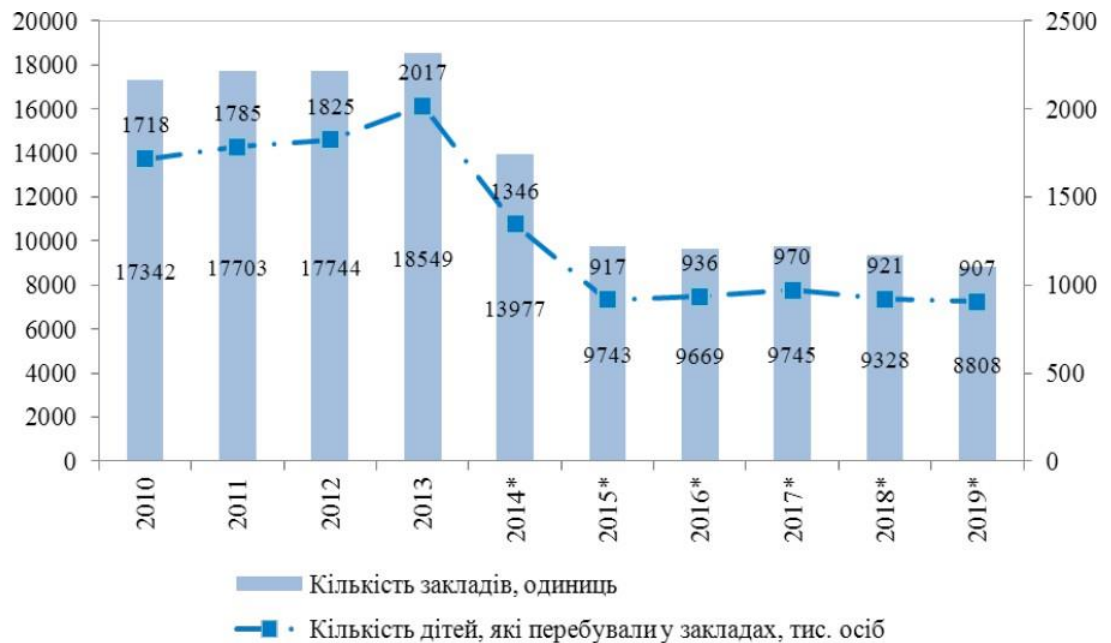


Рис. 2.2.8 Показники ринку дитячого туризму в Україні за літній період у 2010-2019 рр. [18]

Протягом аналізованого періоду спостерігається значне скорочення кількості закладів для оздоровлення та відпочинку дітей. У 2019 році їх кількість зменшилася на 49,2 % порівняно з 2010 роком і на приблизно 37 % порівняно з 2014 роком. Серед 8808 закладів у 2019 році найбільша частка припадає на заклади відпочинку (8567 одиниць), зокрема: 8113 одиниць – заклади відпочинку з денним перебуванням; 249 одиниць – заклади праці та відпочинку; 139 одиниць – позаміські заклади відпочинку; 66 одиниць – наметові містечка.

Щодо кількості оздоровлених дітей у 2010–2019 роках, відбувається поступове зниження показників: у 2014 році кількість дітей зменшилася на 32,6 %, а у 2019 році – на 47 % порівняно з 2010 роком.

Структурний розподіл кількості дітей, які відвідали заклади туризму у 2019 році, виглядає наступним чином: 18,4% – заклади оздоровлення; 81,6% – заклади відпочинку, серед яких: 67,9% – заклади відпочинку з денним перебуванням; 11,4% – позаміські заклади відпочинку; 1,2% – заклади праці та відпочинку; 1,1% – наметові містечка.

Негативні тенденції у сфері дитячого туризму в Україні зумовлені не лише подіями на Сході країни та анексією Криму. Значний вплив на ситуацію та збитки галузі мала пандемія COVID-19. Через пандемію та карантинні заходи потік туристів у світі скоротився на 65 %, а за перші вісім місяців 2020 року кількість міжнародних прибуттів зменшилася на 70 %. Це призвело до втрати 730 млрд доларів США, а понад 120 млн робочих місць опинилися під загрозою. Україна також зазнала збитків у розмірі 1,5 млрд доларів США.

У контексті вимушених заходів безпеки, таких як змішане навчання у закладах освіти, дитячий туризм адаптувався до нових умов, пропонуючи шкільні поїздки Україною з відвідуванням місць, пов'язаних із навчальною програмою. Інноваційним напрямом розвитку стало використання сучасних мультимедійних додатків у музеях та історичних пам'ятках.

Попри обмеження, під час перебування областей України у зеленій зоні карантину зберігалася можливість подорожувати. У 2020 році експерти зафіксували збільшення попиту на внутрішній туризм, зокрема подорожі в межах своєї області чи країни, а також зросла кількість сімейних подорожей, організованих самостійно.

Аналіз стану розвитку дитячого туризму в Україні виявив низку проблем, які впливають на організацію та популяризацію цього виду відпочинку. Серед основних труднощів можна виділити такі:

- висока вартість масового дитячого відпочинку;
- обмежений вибір туристичних продуктів, що пропонуються туристичними організаціями;
- недосконалість законодавчої бази у цій сфері;
- відсутність належного забезпечення соціальних стандартів і

сертифікації послуг;

- нечіткість процедури направлення дітей на оздоровлення та відпочинок;
- недостатній розвиток інфраструктури дитячого туризму;
- неможливість багатьох організацій, які працюють із дітьми, гарантувати безпеку відпочинку та запобігти травматизму;
- низький рівень кваліфікації працівників дитячих оздоровчих закладів;
- недостатню поінформованість потенційних споживачів щодо доступних туристичних продуктів та послуг.

Загалом, сучасний стан розвитку ринку дитячого туризму в Україні характеризується скороченням кількості доступних послуг, що зумовлено зменшенням бюджетного фінансування та збільшенням частки комерційних пропозицій. У результаті цього заклади починають проявляти комерційну зацікавленість. З'являються нові приватні установи, які пропонують сучасні програми для дітей. Водночас зростає інтерес туристичних агентств до організації дитячого туризму та відпочинку..

2.3 Табір як відпочинок і різновид дитячого туризму в Україні

Як і інші форми туризму, дитячий туризм є багатограним і охоплює різноманітні напрями: пізнавальні екскурсії, походи, дитячі табори, робінзонади, освітні центри тощо. Найпоширенішим видом дитячого туризму у сучасному світі залишаються дитячі табори.

Дитячий табір – це заклад, що забезпечує дозвілля дітей, поєднуючи оздоровлення та відпочинок із наданням комплексу освітніх, оздоровчих й інших послуг. Головною метою діяльності таких таборів є не лише організація відпочинку та оздоровлення, а й сприяння навчанню та розвитку молодого покоління.

В Україні функціонування дитячих таборів регулюється державою. Для цього створено спеціальний Державний реєстр дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, що забезпечує контроль за їхньою діяльністю [69].

Перший дитячий табір у Європі було засновано у 1876 році в Швейцарських Альпах пастором Г. Біоном для дітей звичайних робітників. У цьому таборі діти проводили час, граючи, співаючи, будуючи курені та оздоровлюючись. Ініціатива пастора Біона швидко набула популярності, і приклад Швейцарії почали наслідувати в інших країнах Європи.

Початково дитячі табори організовувалися на природі – у лісовій місцевості або поблизу моря. Діти проживали у наметах, брали участь у походах і активному відпочинку. Згодом почали створювати стаціонарні дитячі табори, основною метою яких було оздоровлення дітей та організація їхнього культурного дозвілля. Такі табори, як правило, розташовувалися в курортних зонах, що сприяло оздоровленню та відпочинку [33].

Дитячі табори можна класифікувати за різними критеріями, але їх поділ за тематичною ознакою поділяють на такі типи:

- оздоровчі табори та комплекси – створюються як на базі стаціонарних споруд, так і у форматі похідних туристичних таборів. Їхнє головне призначення – забезпечення оздоровлення та гармонійного розвитку дітей і підлітків у природному середовищі та серед однолітків;

- санаторні табори – функціонують на базі медичних установ і спрямовані на профілактику та лікування різних захворювань. На початку зміни кожна дитина отримує індивідуальну програму оздоровлення, а розважальні заходи виступають доповненням до лікувального процесу;

- спортивно-оздоровчі табори – орієнтовані на дітей, які займаються певним видом спорту. Їхня мета – загальний фізичний розвиток і поглиблені тренування у вибраній спортивній дисципліні;

- туристичні табори – спрямовані на організацію активного відпочинку, включаючи походи, екскурсії та освоєння навичок виживання в природі.

- релігійні табори – акцентують на духовному вихованні,

організуються при церквах або релігійних спільнотах;

- мовні табори – поєднують відпочинок із вивченням або вдосконаленням іноземної мови. Уроки проводяться у формі ігор і спілкування в невимушеній атмосфері серед однолітків.

- мистецькі табори – пропонують дітям розвивати свої творчі здібності у сфері музики, театру, образотворчого мистецтва;

- табори патріотичного виховання – спрямовані на формування у дітей любові до рідної країни, знайомство з її історією, традиціями та культурою.

Кожен із цих видів таборів має свої особливості, що відповідають інтересам і потребам різних категорій дітей.

Дитячі релігійні табори орієнтовані на поєднання відпочинку та духовного розвитку дітей, часто зосереджуючи увагу на підтримці дітей із малозабезпечених родин. До організації таких таборів залучаються представники різних релігійних конфесій, які сприяють створенню атмосфери підтримки та виховання моральних цінностей.

Останнім часом у країнах Європи зростає популярність глибоко профільних дитячих таборів, які пропонують спеціалізовані програми. Наприклад:

- Академія фільмів – у Швейцарії, де діти вивчають основи кінематографії;

- табір археологів в Ірландії, що знайомить учасників із основами археології та дослідницькими методами;

- Єврокосмічний центр у Бельгії, де діти дізнаються про космічні технології та науку.

Такі табори дозволяють дітям глибше зануритися у вибрану сферу, поєднуючи навчання з незабутніми враженнями [33].

В Україні приділяється значна увага організації відпочинку та оздоровлення підростаючого покоління. У 2008 році було ухвалено Закон України «Про оздоровлення та відпочинок дітей», який регулює діяльність закладів та організацій, що займаються відпочинком дітей і молоді, а також

реалізацією туристичних продуктів, орієнтованих на цю категорію споживачів. Діяльність у цій сфері постійно вдосконалюється та стає більш різноманітною.

Аналіз доступних даних свідчить, що дитячі табори, як складова дитячого туризму, функціонують у всіх регіонах України. Їхня спеціалізація певною мірою залежить від природно-кліматичних умов, місцевих традицій та рівня економічного розвитку кожного регіону, що визначає унікальні особливості кожного закладу.

У південних областях України традиційно спостерігається висока концентрація дитячих таборів, розташованих на узбережжі Чорного та Азовського морів (Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька області). Перевага цих регіонів зумовлена поєднанням сприятливих природно-кліматичних умов: морського узбережжя, піщаних пляжів та теплого повітря, що створює ідеальні умови для оздоровлення.

У цих областях найбільш поширені оздоровчі табори, хоча значного розвитку набули також спортивно-оздоровчі й профільні спортивні табори, особливо в Одеській та Миколаївській областях. У Запорізькій та Одеській областях діють комплексні дитячі табори, які пропонують не лише оздоровлення, а й програми з мовної підготовки, основ бізнесу, а також заняття з творчого розвитку (танці, музика, театр).

В Одеській області також популярні туристичні табори, орієнтовані на дітей, які прагнуть відчути дух екстремальних пригод і активного відпочинку. Особливістю дитячих таборів цього регіону є їхня здатність працювати протягом усього року, пропонуючи різноманітні програми, адаптовані до кожного сезону [19].

Західна Україна традиційно вважається курортною зоною, важливою складовою якої є дитячі табори. Тут переважають заклади оздоровлення та відпочинку, що обумовлено цілющим гірським повітрям та мальовничими краєвидами.

У Львівській та Івано-Франківській областях функціонують також

табори санаторного типу, які пропонують дітям оздоровлення та профілактику захворювань. Розвиток активного туризму в цих регіонах сприяв створенню туристичних таборів, що часто включають елементи патріотичного виховання.

У Закарпатській та Львівській областях діють мовні табори, засновані за підтримки як українських, так і іноземних інвесторів. Ці табори пропонують дітям вдосконалення іноземних мов у поєднанні з відпочинком і культурним розвитком.

Після окупації Кримського півострова у 2014 році міжнародний дитячий табір «Артек» було перенесено до Карпатського регіону, де він отримав назву «Артек-Буковель» (Івано-Франківська область). Сучасний «Артек-Буковель» пропонує дітям і підліткам поєднання оздоровлення з різноманітними видами відпочинку та розвитку, включаючи спортивні заняття, творчі майстерні, гуртки й мовну підготовку [19].

На території Поділля, що охоплює Вінницьку, Тернопільську та Хмельницьку області, сформувалася розвинена мережа дитячих таборів із різною профільною спеціалізацією. У регіоні домінують оздоровчі та відпочинкові табори, які забезпечують дітям можливість гармонійного відпочинку з відновленням здоров'я.

У Вінницькій і Тернопільській областях у наявності табори санаторного типу, що пропонують оздоровчі програми з використанням природних лікувальних ресурсів. У всіх трьох областях діють спортивні, туристичні, мовні та релігійні табори, які відповідають різним інтересам і потребам дітей.

У Вінницькій та Тернопільській областях кілька років успішно функціонують табори бізнес-навчання, спрямовані на розвиток підприємницьких навичок у підлітків.

Особливістю Хмельницької області є табори екологічного спрямування, такі як «Лісові герої», «The Legend», а також інноваційний «Дитячий інкубатор стартапів» у місті Кам'янець-Подільський, що поєднує навчання з практичними проєктами.

У кожній із трьох областей також активно працюють табори

патріотичного виховання, серед яких переважають пластунські осередки, що сприяють вихованню молоді в дусі національних традицій і цінностей [19].

Дитячі табори Півночі України (Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Сумська області) відзначаються істотним розмаїттям тематикою. У всіх цих областях діють табори оздоровлення та відпочинку, що забезпечують дітям можливість відпочити та оздоровитися. У Київській, Житомирській та Чернігівській областях також є табори санаторного типу.

Крім того, кожна область має свої особливості у класифікації дитячих таборів. Наприклад, у цих областях представлені туристичні табори, в основному наметового типу. У Київській, Чернігівській та Житомирській областях працюють мовні табори, що дають можливість дітям та підліткам вдосконалювати свої мовні навички. Спортивні табори, орієнтовані на різні види спорту, функціонують у Київській та Житомирській областях, а Київська та Чернігівська області також мають спеціалізовані футбольні табори.

Волинська та Чернігівська області також відзначаються таборами комп'ютерної грамотності, такими як «ШАГ». Патріотичне виховання є важливою частиною таборів у Київській, Чернігівській та Волинській областях, де працюють, зокрема, скаутські табори. Релігійні табори доступні для дітей та підлітків у Волинській та Житомирській областях.

Найменша кількість дитячих таборів зосереджена в центральних областях, зокрема в Кіровоградській та Черкаській, де переважають табори оздоровлення та відпочинку, а в Черкаській області є також табори санаторного типу. У цих областях також організовані денні мовні табори.

Дніпропетровська область виділяється більшим розмаїттям таборів, де, окрім оздоровчих та мовних таборів, функціонують мистецькі табори (включаючи наметові) та табори комп'ютерної грамотності [19].

У східних областях України, зокрема в Полтавській та Харківській областях, більшість дитячих таборів складають табори відпочинку та оздоровлення. Ці області пропонують різноманітні можливості для відпочинку та оздоровлення дітей. Тут функціонують мовні табори, де діти можуть

вдосконалювати іноземні мови, а також табори комп'ютерної грамотності, що допомагають підліткам освоїти основи цифрових технологій.

Особливості кожної області полягають у спеціалізації деяких таборів. У Харківській області, крім звичайних таборів, є профільний футбольний табір, що зосереджується на розвитку футбольних навичок. Також у Харківській області є табори санаторного типу, мистецькі табори, а також бізнес-освітні табори. В Полтавській області представлені літні наметові релігійні табори, що поєднують відпочинок з духовним розвитком [19].

Таким чином, констатуємо, що дитячий туризм є важливим напрямком туристичної діяльності як в Україні, так і в світі, і реалізується через різноманітні форми. Однією з основних форм дитячого туризму є дитячі табори, які мають різну профільну спеціалізацію.

Останнім часом спостерігається тенденція до збільшення кількості таборів туристичного профілю, а також створення нових типів таборів, таких як мовні, мистецькі, табори комп'ютерної грамотності та бізнес-освіти. Це свідчить про розвиток нових напрямків дитячого туризму, які відповідають сучасним вимогам і інтересам молоді.

Найбільше розмаїття профільних дитячих таборів спостерігається в північних областях України (включаючи Київську), Одеській та Харківській областях. У цих регіонах зосереджено найбільше спеціалізованих таборів різного напрямку. У свою чергу, найменше різноманіття таборів характерне для Кіровоградської, Черкаської, Рівненської та Сумської областей.

Особливу увагу в Україні приділяють дитячим таборам, які орієнтовані на патріотичне виховання. Такі табори найбільш поширені на Поділлі, в Галичині та північних областях, де зростає інтерес до виховання молоді в дусі національних цінностей та історії [55].

Дитячі табори можна умовно поділити на два типи. Перший тип включає заклади, що працюють відповідно до Закону «Про дитячий відпочинок і оздоровлення» і приймають дітей на зміни тривалістю від 14 до 21 дня. Другий тип охоплює табори, які функціонують відповідно до Закону «Про

туризм» та Закону «Про позашкільну освіту», приймаючи дітей на коротші зміни – від 7 до 14 днів. Популярність дитячих таборів продовжує зростати, що призводить до збільшення кількості таких закладів. Це, у свою чергу, ставить перед батьками складне завдання вибору туристичного закладу, який зможе гарантувати безпеку та якісний відпочинок для їхньої дитини [73].

Останніми роками внутрішній туризм демонструє зростання. Відпочинок на території своєї країни має для дитини низку переваг: відсутність мовного бар'єру, мінімальні кліматичні зміни, а також можливість батьків відвідувати дитину у будь-який час. У літній сезон все більш популярним стає відпочинок у Карпатах, який починає конкурувати з традиційним морським відпочинком. При цьому близько 90% внутрішніх туристів самостійно організовують свої подорожі, а загальна частка внутрішніх туристів серед усіх мандрівників складає лише 17%.

О. Кашлаков – президент Всеукраїнської благодійної організації в сфері відпочинку та оздоровлення дітей «Лелека», при виборі відпочинку дітям рекомендує батькам звернути увагу на наступні позиції:

- 1) договір;
- 2) персонал;
- 3) медичне обслуговування;
- 4) наявність охорони.

За словами педагога, представники індустрії дійшли висновку, що продаж путівок за ціною менше п'яти тисяч гривень за тижневий відпочинок є нерентабельним. Тому батькам слід уважно підходити до вибору закладу, якщо ціна путівки надто низька. Крім того, у 2019-2020 рр. у сегменті дитячого відпочинку прогнозується поява нових невеликих, але унікальних проєктів. Вони не будуть орієнтуватися на масовість, а прагнутимуть знайти свою цільову аудиторію, пропонуючи оригінальний підхід до організації відпочинку [69].

Тематичне наповнення дитячих таборів залишається різноманітним, тому батьки можуть бути впевнені в цікавому дозвіллі своїх дітей. Найбільш

популярними є спортивні, оздоровчі та творчі табори. На ринку також представлено широкий вибір мовних таборів, а останніми роками створюються спеціалізовані тематичні табори, такі як IT, робототехніка, блогерство та інші. Окремо слід виділити зростаючу популярність сімейних таборів, у яких діти перебувають разом із батьками. У таких таборах передбачено окремі програми для дітей, а також спільні активності для всієї родини, що дозволяє батькам та дітям проводити якісний час разом у цікавому та пізнавальному середовищі.

Останніми роками спостерігається значне зниження відсотка дітей, які користуються послугами юридичних осіб у сфері туристичного обслуговування, і майже не зачепив фізичних осіб. Статистичні дані свідчать, що значну частину продажів туристичного продукту, здійснених фізичними особами, складають дитячі путівки. Це можна пояснити тим, що туристичні агенції поступово розширюють асортимент своїх послуг, підвищують їх якість та додають супутні сервіси, такі як організація трансферу, страхування та інші. Завдяки цьому фізичні особи залишаються конкурентоспроможними, задовольняючи попит батьків на організований і якісний дитячий відпочинок.

У період 2014–2018 років кількість дитячих закладів в Україні залишалася стабільною й становила близько 9 тисяч. Важливим аспектом є співвідношення кількості закладів оздоровлення та закладів відпочинку, яке становить 1:30.

Попри значно більшу кількість закладів відпочинку, кількість місць у закладах оздоровлення майже вдвічі перевищує показники закладів відпочинку. Водночас, улітку 2018 року кількість дітей, які перебували в закладах відпочинку, була майже в 4,5 рази більшою, ніж тих, хто скористався послугами закладів оздоровлення. Це свідчить про значний попит на заклади відпочинку, які пропонують різноманітні послуги й більш гнучкі умови перебування [44].

На рис. 2.3.1 продемонстровано аналіз показників кількості дітей, які відпочивали влітку.

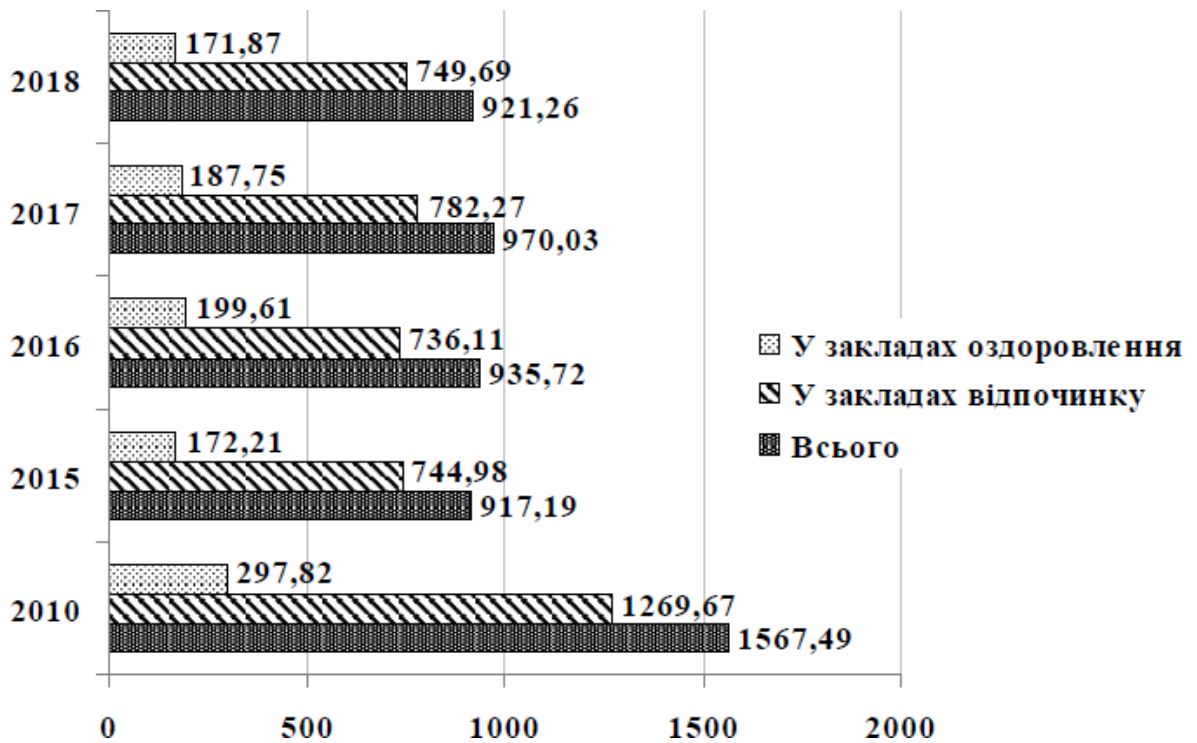


Рис. 2.3.1 Кількість дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2010-2018 рр., тис. осіб [18]

Через географічну віддаленість рекреаційних областей України від основних місць проживання потенційних споживачів, послуги трансферу стають необхідною складовою організації дитячого відпочинку. Унаслідок цього попит на табори, розташовані ближче до дому, значно вищий, особливо серед батьків дітей молодшого віку та тих, хто вперше відправляє дітей на відпочинок. Найбільш популярними у дитячому туризмі є такі області України: Херсонська, Івано-Франківська, Запорізька, Київська, Одеська, Закарпатська [37; 86].

Перевищення кількості дітей у закладах відпочинку над закладами оздоровлення можна пояснити коротшою тривалістю змін, що дозволяє забезпечити більшу ротацію відвідувачів протягом сезону. Однак це також вказує на важливість організації трансферу як ключової складової відпочинку. Для деяких дітей і їхніх родин питання безпечного та зручного транспорту до місця відпочинку залишається невирішеним, що потребує

уваги з боку туристичної індустрії. [1].

Якщо розглядати дитячий табір у ролі організатора відпочинку, він фактично виконує функції туристичного оператора, пропонуючи комплекс послуг, включаючи проживання, харчування, дозвілля та інші супутні сервіси. Основними покупцями на ринку дитячого туризму є підприємства (зокрема, державні установи) та приватні особи. Наявність на ринку бюджетних коштів Міністерства соціальної політики України забезпечує додаткову підтримку попиту. Така фінансова підтримка, поряд із комерційною складовою, робить попит на дитячі путівки стабільним і високим, навіть в умовах економічної нестабільності [58].

Пропозиція на ринку дитячого туризму формується безпосередньо закладами відпочинку, такими як табори, санаторії, бази відпочинку, готелі. Крім цього, на ринку діють повноцінні туристичні оператори, які організовують спеціалізовані дитячі програми відпочинку, часто співпрацюючи з адаптованими базами, що відповідають стандартам.

Цей ринок має свою специфіку, адже діти є кінцевими споживачами туристичних послуг, але рішення про вибір і купівлю путівки зазвичай приймають їхні батьки. Вони керуються власними уявленнями про якість, безпеку та відповідність продукту потребам дитини. Часто діти не мають повної інформації про послуги, які входять до пакету, оскільки ключовим є вибір батьків, які орієнтуються на свої уподобання та вимоги.

Організація дитячого відпочинку за участі туристичних агенцій є однією з найефективніших моделей для всіх учасників процесу. Проте деякі заклади свідомо зменшують значення туристичних агентств, намагаючись таким чином скоротити витрати.

Дитячий туризм можна класифікувати за різними ознаками. Наприклад, за географією він поділяється на внутрішній і виїзний. Крім того, існує широкий спектр тематичних напрямів, що охоплюють різноманітні види дитячого туризму [17]:

- 1) оздоровчий – рекомендується за медичними показниками;

- 2) спортивний – поїздки з метою участі у командних видах спорту;
- 3) пізнавальний – відвідування музейної та історичної спадщини;
- 4) освітній – орієнтується на нові знання і навички;
- 5) культурно-пізнавальний – споглядання культурної спадщини;
- 6) екскурсійний – прогулянки містом чи за його межами міста, як правило, пішки;
- 7) екологічний – прогулянки на природних об'єктах;
- 8) водний – прогулянки по воді та плавання;
- 9) активний – як правило, активність (ігри) на свіжому повітрі.
- 10) сімейний – відпочинок сім'єю та близькими родичами [54].

Навіть розуміючи всі переваги туризму, батькам часто важко зацікавити дитину цим видом активності. Легше це вдається тим, хто сам регулярно ходить у походи. Альтернативними варіантами можуть стати участь у скаутських організаціях, одноденні платні походи, а також приєднання до туристичних клубів чи секцій.

Значну роль відіграє знайомство батьків із керівником групи, який стане прикладом для дитини. Хороший керівник здатний зацікавити дитину розповідями про захопливі пригоди. Для фізично активної та здорової дитини часто достатньо одного походу, щоб зрозуміти переваги такого виду відпочинку і знайти у ньому задоволення [17].

У наступному розділі будемо визначати основні напрями розвитку дитячого та молодіжного туризму в регіонах України.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТА МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

3.1 Інтеграційні процеси в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні

Процес регулювання регіонального розвитку туризму включає взаємодію суб'єктів господарювання, населення та органів управління у вирішенні соціальних, економічних, екологічних та інших питань розвитку регіону. Трансформаційний період характеризується появою нових активних учасників регіональних процесів, таких як органи місцевого самоврядування, приватні підприємці, комерційні банки, фонди та інші.

Кожен суб'єкт господарювання та управління має власні цілі й інтереси, які можуть бути як взаємодоповнюючими, так і конфліктуючими. Важливо зазначити, що нерівність між учасниками іноді призводить до того, що одні отримують прибутки за рахунок інших, створюючи підґрунтя для виникнення соціально-економічних конфліктів.

Управління регіональним розвитком туризму значною мірою залежить від ефективної взаємодії між різними суб'єктами туристичної діяльності. Це включає різні форми інтеграції за участю органів місцевого самоврядування, об'єднань туристичних компаній, які пропонують власний туристичний продукт, автоперевізників, страхових компаній, банків, готельних комплексів, екскурсійних агентств та інших підприємств. Такі взаємозв'язки, як горизонтальні, так і вертикальні, сприяють створенню злагодженої системи, що підтримує сталий розвиток туризму в регіоні [85].

Інтеграція передбачає встановлення таких взаємовідносин між підприємствами, які забезпечують довгострокове зближення генеральних цілей учасників інтеграції та надають їм ряд переваг: зниження рівня невизначеності у постачанні та збуті, обмеження конкуренції, спрощення

впровадження технологічних новацій, зниження витрат. Основою інтеграції є принцип об'єднання власності, ресурсів і сфер діяльності. Організаційні форми інтеграції різноманітні й залежать від національної та регіональної специфіки. Незважаючи на велику різноманітність форм об'єднань, ключові відмінності полягають у відносинах власності, виробничій і контрактній кооперації.

Типову форму інтеграції являє регіональне туристичне товариство (РТТ) – об'єднання зацікавлених осіб на добровільній основі, створене для координації діяльності учасників, захисту їхніх прав та інтересів у державних і інших органах, а також для спільної реалізації різноманітних програм і проєктів, спрямованих на розвиток туристичної галузі та розподіл прибутку від їх здійснення.

Основною метою створення такого товариства є координація діяльності всіх суб'єктів, зацікавлених у розвитку рекреації, через об'єднання їхніх зусиль, ресурсів і ідей, базуючись на наявних природно-рекреаційних ресурсах із залученням органів місцевого самоврядування. Корпоративна форма ведення рекреаційного господарства є особливо актуальною для суб'єктів і регіонів, потенціал рекреаційних можливостей яких наразі використовується недостатньо. Перевагами в управлінні у формі регіонального туристичного товариства (корпорації) є:

- підтримка органів державної влади та місцевого самоврядування створенням пільгового оподатковування, отримання пільгових державних позик і т.д.;
- реалізація регіонального маркетингу;
- консолідація фінансово-матеріальних для науково-дослідної роботи;
- конкурентні переваги завдяки комплексному використанню природно-рекреаційних ресурсів території, їх збереження та відтворення через перерозподіл рекреаційних потоків;
- створення сучасних туристично-рекреаційних зон і дестинацій.

Органи виконавчої влади й місцевого самоврядування є гарантом

захисту прав і інтересів РТТ. Вони мають відповідні повноваження у сфері туризму. Для впровадження єдиної туристичної політики та залучення потенційних інвесторів держава може виступати акціонером такого товариства, проте вона не повинна володіти контрольним пакетом акцій, оскільки це може обмежити самостійність і ініціативність об'єднання. Дивіденди та акції держави спрямовуються до державного бюджету, але задля уникнення бюрократичних перешкод, підвищення мотивації державних службовців, активнішої співпраці туристичних підприємств і органів місцевого самоврядування використовується організаційно-економічний механізм. Його сутність полягає в тому, що певний відсоток від нарахованих дивідендів залишається на внутрішні потреби органу місцевого самоврядування.

РТТ діє на території конкретного регіону та забезпечує концентрацію суб'єктів туристичного підприємництва, сприяючи створенню мультиплікаційного ефекту, раціоналізації взаємодії між суб'єктами та оптимізації внутрішнього середовища. Це стимулює створення нових робочих місць, зокрема на тлі зростання попиту на туристичні послуги. Діяльність підприємств малого й середнього бізнесу, які функціонують в умовах невизначеності, підкріплюється впровадженням стандартів поведінки та трудових норм. Системний результат досягається завдяки ефекту синергії, що забезпечує збалансований розвиток туризму та регіональної економіки загалом [85].

РТТ фактично формують ринок туристичних послуг; сприяють вдосконаленню інфраструктури й розвитку туризму (виїздного та внутрішнього); організації підприємництва в туризмі.

Держава та органи місцевого самоврядування сприяють такій діяльності, зокрема, через встановлення пільгового режиму плати за землю, податку на прибуток і ПДВ, послаблення розмірів сплати земельного податку в період міжсезоння і відрахувань у різні фонди.

В регіонах, де концентруються землі рекреаційного призначення

доцільно створювати спеціалізовані господарські комплекси, рекреаційні парки та спеціальні (вільні) економічні зони. Такі територіально-господарські утворення сприятимуть не лише ефективному управлінню регіональним розвитком туризму, але й вирішенню низки економічних і соціальних проблем. Їх створення допоможе подолати депресивний характер регіональної економіки, стимулюватиме структурні перетворення, активізує підприємницьку діяльність, зменшить проблеми із зайнятістю, підвищить життєвий рівень населення, сприятиме залученню іноземних інвестицій, збільшенню експорту товарів, поживавленню інноваційної діяльності та забезпечить ефективніше використання природних ресурсів.

Формами організації управління розвитком туризму в регіоні можуть бути маркетингові консорціуми, конгломерати, громадські організації при навчальних закладах, які готують фахівців у сфері туризму, об'єднання для просування конкретного туристичного продукту, а також туристсько-інформаційні центри. Об'єднання зусиль у таких формах сприятиме забезпеченню високого рівня обслуговування, широкого спектра рекреаційних послуг, раціональному використанню рекреаційних ресурсів і земель, а також узгодженню заходів з їхньої охорони, відновлення та підвищення рекреаційної привабливості. Це, у свою чергу, позитивно вплине на зростання конкурентоспроможності регіональної економіки. Передача земельних ділянок суб'єктам господарювання може здійснюватися на умовах оренди, концесії, субконтрактингу або франчайзингу

Використання концесій в економіці України розглядаються через призму впровадження системи делегованого управління, яка набула поширення у багатьох країнах світу. Застосування приватних джерел фінансування дозволяє реалізовувати проекти розвитку зеленого, сільського, етнічного туризму, а також модернізацію санаторно-курортної бази. Це стає можливим за умови наявності платоспроможного попиту та здатності встановлювати ціни на виконані роботи й надані послуги на рівні, що забезпечує беззбитковість. Останні два аспекти є ключовими для приватних інвесторів.

Одним із важливих завдань регіональної управлінської організаційної структури у сфері туризму й рекреації є створення відповідних інформаційних центрів. Без ефективної реклами та доступної інформації, яка залучає споживачів до використання певних послуг, розвиток туристично-рекреаційної діяльності стає неможливим. У цьому контексті держава відіграє значну роль, стимулюючи регіональний розвиток туризму. Вона створює сприятливі економічні та політичні умови, підтримує імідж туристичних регіонів, фінансує, наприклад, міжнародні PR-акції для їх популяризації як привабливих туристичних місць. Водночас важливо уникати лобювання державою інтересів окремих підприємницьких структур, що є неприйнятним [85].

Інформаційні центри за формою можуть бути державними підприємствами, що підпорядковуються виконавчим органам місцевого самоврядування і функціонують на засадах самоокупності. Їхнє фінансування забезпечується за рахунок доходів від надання інформаційно-рекламних послуг.

В організаційній структурі таких центрів доцільним є передбачення спеціалізованих підрозділів. Зокрема, підрозділи з обслуговування громадян, надання інформаційно-рекламних послуг, маркетингової діяльності та консультацій для виробників туристичних послуг. Також важливим є підрозділ, відповідальний за створення і наповнення туристичного вебсайту регіону. Це дозволить забезпечити доступність актуальної інформації для туристів, стимулювати розвиток місцевого туризму та підвищити конкурентоспроможність регіону.

В регіонах із значним запасом земель, що призначені для рекреації, створюються рекреаційні парки, які виступають територіально-галузевими системами розвитку рекреації та туризму. Їх основною метою є задоволення потреб у відпочинку шляхом комплексного освоєння рекреаційно-туристичного потенціалу регіону та об'єднання зусиль існуючих рекреаційних установ і інфраструктури в єдиній системі управління регіональним розвитком

туризму.

Фактично це окремі господарські комплекси, створені на основі спільності економічних інтересів, природно-ресурсних, екологічних та соціально-економічних умов регіону. Їх діяльність спрямована на координацію рекреаційної та природоохоронної діяльності, використання власних технологій і методик оздоровлення та організації відпочинку.

Напрямок освоєння рекреаційних територій є залучення як вітчизняних, так і іноземних інвесторів до процесу їх розвитку. Підприємницька діяльність у рекреаційній сфері здійснюється через отримання валютного кредиту для будівництва та експлуатації об'єктів, а також створення спільних міжнародних підприємств. Значну роль у регіональному управлінні туризмом можуть відігравати спеціальні (вільні) економічні зони, які слугують особливими територіально-господарськими утвореннями.

Таким чином, об'єднання організацій індустрії туризму в межах регіонів дозволяє здобути численні конкурентні переваги. Це сприяє не лише раціональному використанню рекреаційних ресурсів і земель із узгодженням заходів їх охорони, але й забезпечує високий рівень обслуговування, надання широкого спектру рекреаційних послуг, відновлення й підвищення рекреаційної привабливості туристичних destinations. Використання приватних джерел фінансування відкриває можливості для реалізації проектів із розвитку зеленого та етнічного туризму, оновлення санаторно-курортної бази, а також створення нових туристичних destinations.

Дуже поширеними, ефективними та найменш ризиковими формами інтеграції на ринку туристичних послуг у XXI столітті є стратегічні альянси та франчайзинг. Учасники альянсів зберігають економічну незалежність лише в тих сферах, де не здійснюється співпраця. На відміну від мереж і готельних кооперацій, стратегічні альянси об'єднують незалежні туристичні підприємства за всіма параметрами, а не лише за окремими, як це характерно для кооперативів. Їхньою головною метою є формування та досягнення

стратегічних цілей, таких як збільшення прибутків, зростання, розширення обсягів і сегментів ринку, а також створення конкурентних переваг.

Мережі, альянси та туристичні кластери є наслідком структурної перебудови туристичної сфери та проявом сусідської солідарності підприємств, що в ній працюють. У межах підприємницьких мереж (альянсів) суттєво знижуються витрати на окремі види діяльності, зокрема закордонну комерційну діяльність, спільні дослідження ринку, маркетингову діяльність, участь у виставках, ярмарках і салонах, а також удосконалення технологій надання туристичних і курортно-оздоровчих послуг. Розробляються нові механізми диверсифікації туристичних продуктів у спільних науково-дослідних центрах і лабораторіях. Укладаються перехресні субпідрядні контракти між підприємствами одного регіону, зацікавленими у взаємному доповненні своїх послуг.

Як правило, оптимізація діяльності підприємств у межах певних територій розглядалася як взаємодія взаємопов'язаних підприємств і організацій, що базуються на використанні місцевих природних і економічних ресурсів, умов, а також загальної схеми розселення. Основною формою такої оптимізації були територіально-виробничі комплекси (ТВК), які включали промислові ядра, центри, вузли, райони, агломерації тощо. Формування територіально-виробничих структур у господарстві регіону є складним і тривалим процесом, що потребує врахування багатьох факторів.

Передумови для створення нових територіально-виробничих форм господарювання вказують на те, що кожен період економічного розвитку характеризується власними організаційними формами. Наприкінці ХХ століття була сформована нова парадигма регіонального розвитку та оптимізації господарства: регіональна економічна політика почала зміщуватися з загальнонаціонального макrorівня на мезо- та мікрорівні, акцентуючи увагу на стимулюванні місцевої ініціативи. Це сприяло створенню таких форм, як технопарки, зони підприємництва, технополіси, зони прикордонного співробітництва, підприємницькі мережі, кластери.

Мережеві структури включають широкий спектр організацій, що діють у різних сферах діяльності. Деякі дослідники визначають сучасну національну економіку як мережну систему, що складається з численних взаємопов'язаних мереж. У широкому сенсі мережа розуміється як сукупність стійких контрактів і пов'язаних із ними відносин між людьми, суб'єктами господарювання та їх об'єднаннями. У вузькому сенсі мережі розглядаються як спеціальні організаційні структури управління локальною взаємодією в регіональній економіці, де основними елементами виступають підприємства, компанії, інші суб'єкти господарювання і зв'язки між ними. При цьому взаємодія в туристичних, торгових, франчайзингових, фінансових, логістичних та інформаційних мережах може мати не лише локальний, але й регіональний, міжрегіональний, загальнонаціональний або глобальний характер.

Головними умовами ефективної роботи мереж є довірливі відносини і обов'язкове дотримання виконання угод (формальних і неформальних). Це забезпечить багатоаспектність і стійкий характер організаційно-економічних, фінансових, інформаційних відносин у мережі. Так створюється основа для прийняття учасниками мережі «взаємних зобов'язань», а сама мережа стає гарантом виконання угод [85].

Найважливішою властивістю мереж є високий рівень взаємозв'язку між учасниками та впевненість у виконанні угод. У мережних формуваннях формується особлива система управлінських впливів, яка базується на горизонтальних зв'язках між партнерами. Це створює своєрідний механізм координації, оскільки мережа часто являє собою об'єднання або взаємодію інтелектуальних ресурсів, орієнтованих на досягнення спільних цілей її учасників.

Особливістю деяких мереж є їхній віртуальний характер, коли об'єднання існує без чіткої організаційно-правової форми. Така специфіка ускладнює застосування традиційних формальних методів впливу з боку державних органів управління регіональним розвитком. Це вимагає від

органів влади адаптації управлінських інструментів до нових умов, орієнтації на стимулювання саморегулювання та підтримку ініціативності учасників мережі.

Горизонтальні відносини та свобода організаційно-правового оформлення є ключовими факторами, що визначають високу ефективність діяльності туристичних мереж.

Сучасні туристичні мережі – це складна та різноманітна сукупність груп, об'єднаних у туристичному бізнесі, які взаємодіють через переплетені організаційні, інформаційні, економічні, фінансові та інші зв'язки. Завдяки інтеграції спільних дій вони досягають високого рівня координації та продуктивності.

Мережі виконують низку взаємопов'язаних функцій, зокрема:

- поширення як загальнодоступної, так і конфіденційної інформації;
- рейтингування і репутація;
- створення довірчих відносин;
- взаємодопомога;
- зниження трансакційних витрат.

Ці функції забезпечують ефективність мереж як інструменту оптимізації взаємодії в туристичній галузі, сприяючи сталому розвитку регіонів та підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Туристичні мережі, попри самостійність їхніх учасників як економічних агентів, активно впливають на формування бізнес-відносин, зв'язків і контрактів між ними. Учасники таких мереж, навіть залишаючись незалежними у фінансовому та управлінському аспектах, в умовах ринкової діяльності неодмінно взаємодіють, плановано чи випадково, залежно від обставин.

Ця специфіка зумовлює широкий спектр функцій туристичних мереж, див. табл. 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

Функції туристичних мереж, складено авторкою

Функція	Зміст
Маркетингові функції	включають просування послуг, формування брендів, аналіз ринкових трендів, вивчення споживчих уподобань
Фінансові функції	передбачають оптимізацію фінансових потоків, координацію інвестицій та управління бюджетами.
Інвестиційні функції	спрямовані на залучення та ефективне використання капіталу, реалізацію спільних інвестиційних проектів
Правові функції	забезпечують створення сприятливого середовища для бізнесу, укладення контрактів і вирішення конфліктів.
Функції акумуляції знань і інновацій	сприяють обміну новими ідеями, впровадженню інноваційних підходів, розширенню інтелектуального потенціалу

Різноманітність складу, конфігурації та змісту зв'язків кожної туристичної мережі обумовлює варіативність цих функцій. Залежно від специфіки мережі, деякі функції можуть бути реалізовані більшою мірою, ніж інші. Наприклад, інноваційні мережі зосереджуються на створенні та впровадженні нових технологій, тоді як маркетингові мережі акцентують увагу на просуванні туристичних продуктів і послуг.

Таким чином, туристичні мережі є ефективними багатофункціональними платформами, здатними адаптуватися до потреб ринку та стимулювати розвиток туризму через координацію дій учасників, використання спільних ресурсів і накопичення знань.

Мережі є відкриті і закриті для інших учасників ринкових відносин. Особливістю мереж є те, що кожна компанія одночасно бере участь у кількох різних мережах, і кожну з них можна охарактеризувати за допомогою операційних параметрів. Конфігурація мереж визначається такими характеристиками, як щільність, рівень централізації, сила ділових зв'язків, тіснота взаємодії, стійкість і ступінь формалізації відносин. Усі ці параметри впливають на ефективність роботи конкретного мережевого утворення.

Сьогодні в економіці країни існує велика кількість мереж різних розмірів, структур і масштабів діяльності, які охоплюють різноманітні види

бізнесу та їх комбінації. Процеси взаємодії в межах таких мереж постійно розвиваються, відображаючи вимоги сучасних умов [85].

Співпраця в мережах охоплює не лише учасників туристичної галузі, але й представників суміжних сфер бізнесу. Це зумовлено різноманітністю напрямів туризму та високою чутливістю галузі до зовнішніх чинників мезо- та макрорівня, а також активною дифузією інновацій. Причинами наявності стратегічних альянсів є:

- прогалини в реальних ринках й технологічній базі;
- переведення надлишкової виробничої потужності в прибуток;
- зниження ризиків і видатків (вихід на новий етап туристичних послуг);
- розробка й початок виробництва нових продуктів і послуг;
- певна економія на потужностях і обсягах виробництва послуг;
- подолання законодавчих і торгових бар'єрів;
- розширення діапазону операцій;
- зниження видатків при зменшенні операцій.

Особливістю таких об'єднань є те, що вони не впливають на відносини власності, оскільки компанії-партнери зберігають свою автономність і закріплені позиції на національних, регіональних і локальних ринках. Такі союзи передбачають партнерські відносини у різних сферах, наприклад, у маркетингу. Стратегічні альянси зазвичай формуються як горизонтальні об'єднання організацій в межах однієї галузі, хоча можливе створення й міжгалузевих альянсів.

Існують різноманітні підходи до визначення поняття стратегічних альянсів. У США їх часто називають «віртуальними корпораціями». Сутність стратегічних альянсів також можна знайти в таких концепціях, як «дружні союзи», «коопетиція» (поєднання конкуренції та співпраці) та «форми спільного підприємництва», які передбачають юридичне оформлення угод і координацію дій між партнерами. У туристичному бізнесі до форм міжфірмового обміну в межах стратегічних альянсів

належать договори франчайзингу, контракти на управління, маркетингові угоди та спільні підприємства.

Характерною особливістю стратегічних союзів є поєднання конкуренції та співпраці між підприємствами. Створення стратегічних альянсів є проміжним етапом між відкритою конкуренцією на ринку та повним злиттям компаній. Такі альянси являють собою міжнародне співробітництво між двома чи більше партнерами на визначений термін, яке передбачає координацію дій для досягнення спільних цілей.

Стратегічні альянси виконують роль перехідного механізму, що сприяє реалізації стратегії партнерства в певному середовищі. Основними формами таких союзів є спільні підприємства та консорціуми. Стратегічні альянси також можна розглядати як об'єднання компаній однієї галузі, які реалізують схожі стратегії для збалансування сил і позицій на ринку.

Таким чином, кооперація та конкуренція стають ключовими мотивами створення стратегічних союзів. Стратегічні альянси можна розглядати як перехідний етап від кооперації до франчайзингу, який вважається найвищою формою співпраці. Водночас франчайзинг є популярною стратегією збуту, особливо в готельній індустрії.

Об'єднання в стратегічні альянси, мережі та використання франчайзингових моделей є ефективними способами організації управління регіональним розвитком.

Франчайзингові угоди передбачають, що головна компанія надає організації ексклюзивне право реалізовувати послуги під її торговою маркою. Це дозволяє невеликим або маловідомим туристичним організаціям (готелям чи фірмам) стати частиною збутової мережі відомої компанії, що, у свою чергу, дає можливість останній ефективно контролювати ринки з мінімальними витратами.

Контракти на управління – це угоди, за якими оперативний контроль над туристичною організацією або окремими аспектами її діяльності передається фахівцям іншої компанії за визначену плату. Такі угоди можуть стосуватися

управління виробництвом туристичних послуг, кадрами, маркетингом або фінансовою діяльністю.

Оплата послуг у туристичному бізнесі може приймати різноманітні форми: відсоток від обсягу продажів або прибутку, разові винагороди тощо. Контракти на маркетинг мають багато спільного з угодами про надання управлінських послуг. У цьому випадку туристична організація, яка тільки розпочинає діяльність, передає великій компанії туристичної індустрії відповідальність за всі аспекти, пов'язані зі збутом її туристичного продукту повністю або частково, за певну грошову винагороду.

Стратегічні альянси є широко поширеним явищем у світових готельних ланцюгах, де інтеграція є об'єктивною необхідністю. Це пов'язано з тим, що створення таких ланцюгів забезпечує стабільне завантаження готелів. Основу кожного готельного ланцюга становить власна система бронювання, яка спрямована на пріоритетне завантаження готелів, що входять до цього ланцюга.

Системи бронювання самі тяжіють до інтеграції: вони можуть функціонувати як незалежні консорціуми або належати великим авіакомпаніям. У світі існує понад 300 готельних ланцюгів, які вийшли за межі своїх національних кордонів і охоплюють понад 7 мільйонів номерів, що становить близько 50% усіх готельних номерів світу.

Готельні ланцюги включають не лише готелі, які є власністю альянсу, але й ті, що приєднуються до них на умовах франшизи.

Франчайзинг, як метод організації та ведення бізнесу, набув широкого поширення на початку XXI століття в країнах із різними рівнями економічного розвитку. На сьогодні економіка багатьох держав значною мірою залежить від стабільної та успішної діяльності компаній, які входять до складу різноманітних франчайзингових мереж [85].

У останньому параграфі пропонується використання кластерного підходу для становлення ринку молодіжного туризму в Одеській області.

3.2 Кластерний підхід у формуванні регіонального ринку молодіжного туризму Одеської області

Кластерні структури в туристичній діяльності вирізняються тим, що їхні учасники взаємодіють задля створення, вдосконалення та підвищення якості туристичних послуг. Вони спільно розробляють і реалізують маркетингову політику, залучають інвестиції, беруть участь у державних програмах розвитку туризму на певній території тощо.

Відмінною рисою кластеру є об'єднання окремих елементів у єдину систему для спільного виконання певних функцій або досягнення визначених цілей. Завдяки цим характеристикам кластерна модель здатна позитивно впливати на комплексний розвиток туристичного сектора регіону. Ефективність такого впливу залежить від належної організації процесу створення та розвитку кластеру.

Алгоритм побудови туристичного кластера для опису послідовності дій з приводу прийняття рішень представлено на рис. 3.2.1.

Розглянемо можливість створення та розвитку туристичного кластера в Одеському регіоні за наведеною схемою. Аналіз туристичних ресурсів регіону спрямований на визначення його конкурентних переваг у порівнянні як з іншими регіонами країни, так і з іншими державами. Це дозволяє ідентифікувати туристично привабливі місця, основні проблеми регіону та визначити перспективні напрями розвитку туризму.

Одеський регіон має вигідне географічне розташування завдяки приморському та прикордонному положенню. Вихід до Чорноморського басейну та доступ до великих річкових магістралей – Дунаю та Дністра – створюють значний туристичний потенціал.

Серед основних природних рекреаційних ресурсів регіону виділяються піщані пляжі, мінеральні води, лікувальні грязі та ропа лиманів, що сприяють розвитку курортного та оздоровчого туризму.

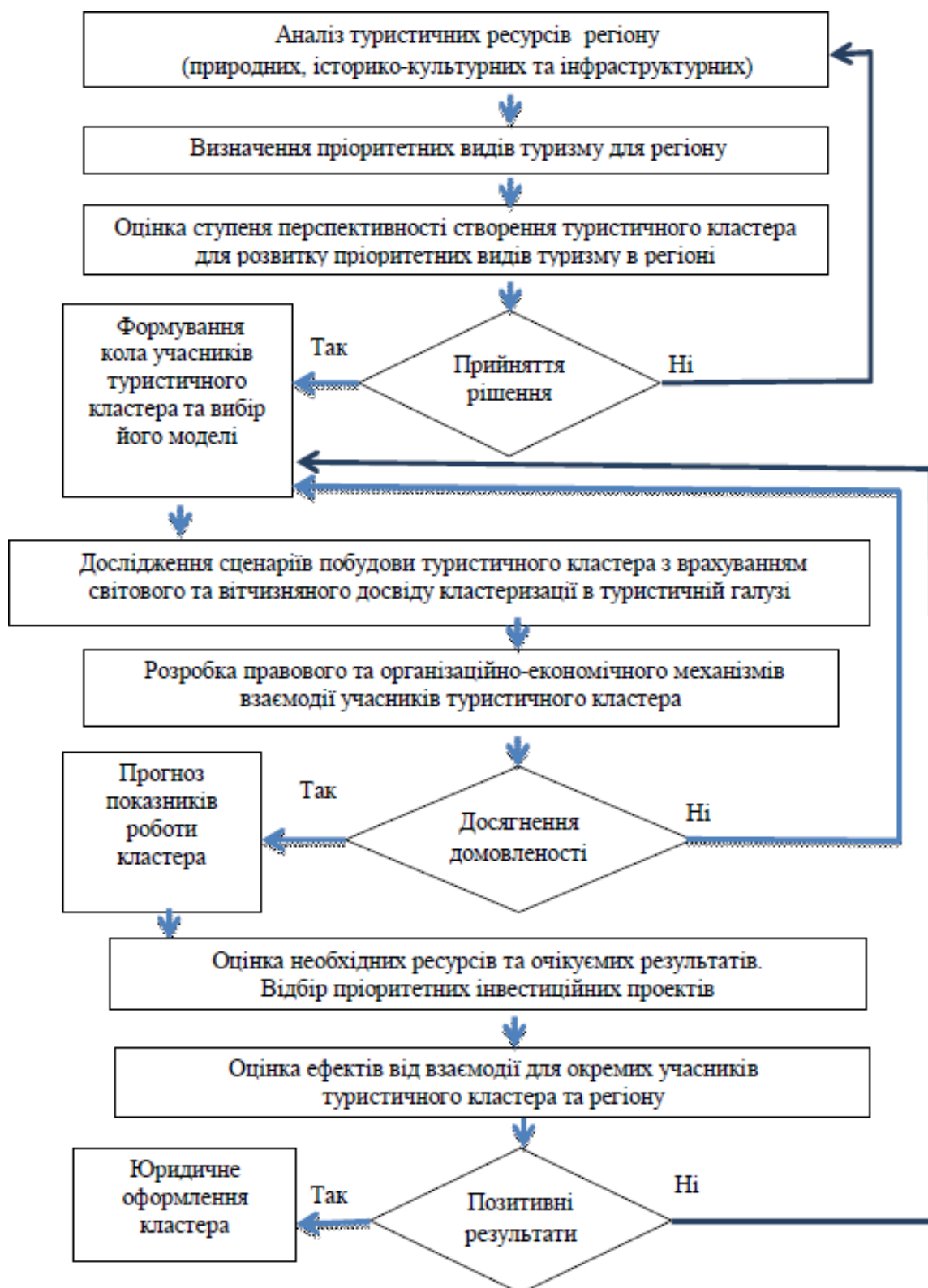


Рис. 3.2.1 Алгоритм створення туристичного кластера [16]

Туристичні культурні ресурси Одеського регіону включають понад 350 об'єктів історії, культури та дозвілля, серед яких 13 музеїв, 9 театрів, 201 пам'ятник історії та культури, 700 пам'ятників архітектури, 148 пам'ятників

історії та монументального мистецтва, а також численні установи культури і дозвілля. До того ж, велика кількість і різноманітність колективних засобів розміщування підтверджують високий туристичний потенціал регіону.

Однак, експерти відзначають недостатню кількість готелів економ-класу та хостелів, що обмежує зростання туристичних потоків і вказує на можливі напрямки для розвитку готельного бізнесу. Одеса, завдяки розгалуженій та багатопрофільній транспортній системі, є одним із найбільших транспортних вузлів України, що додатково сприяє розвитку туризму в регіоні [16].

Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму в Одеській області вимагає системного та комплексного підходу. Це зумовлено тим, що галузь «туризм» має виражений міжгалузевий характер, залучаючи різні сектори економіки, культуру, природну спадщину та інші важливі компоненти. Такий підхід дозволить ефективно інтегрувати всі ресурси та можливості регіону для сталого розвитку туристичної інфраструктури та підвищення привабливості Одеської області для туристів.

Ключовими стримуючими чинниками розвитку молодіжного туризму в Україні та Одеській області є:

- кризові явища в економіці стимулюють скорочення споживчого попиту;
- складна воєнно-політична ситуація в Україні, реальні бойові дії на великій ділянці;
- моральне і фізичне зношення фактичної МТБ підприємств сфери гостинності;
- слабка туристична інфраструктура;
- незадовільний стан об'єктів культурно-історичної та природної спадщини;
- низька кваліфікація персоналу сфери туризму.

Ефективним підходом для вирішення існуючих проблем є використання програмно-цільового методу, який забезпечує взаємозв'язок заходів, що відрізняються за термінами, ресурсами та виконавцями, а також дозволяє

оптимізувати організацію управління процесом реалізації програми і контролювати хід її виконання.

Важливими напрямками є проведення соціологічних досліджень для виявлення переваг і потреб молодих туристів, розробка програм турів, туристичних походів і екскурсій для молоді, а також розвиток анімаційної діяльності в молодіжному туризмі [11].

Проте зараз у фаховій літературі практично немає наукових праць, присвячених активізації молодіжного туризму на основі державно-приватного партнерства у межах певного регіону України.

Регіон, де можливий розвиток молодіжного туризму, повинен мати наявності: засоби розміщення, заклади харчування, транспортна інфраструктура, об'єкти туристичної зацікавленості. Атрактивність Одеської області для розвитку молодіжного туризму можна визначити такими чинниками:

- багата історико-культурна спадщина;
- успіхи сектору готельного господарства (з потребами для молодих і юних) туристів;
- розвинена транспортна мережа;
- можливість проведення змагань із різних видів спорту;
- рекреаційно-бальнеологічні та інші ресурси.

На сьогодні в Одеській області існують певні проблеми, вирішення яких сприятиме більш активному розвитку туризму, зокрема молодіжного. Одним із ключових чинників залучення туристів є розвинена транспортна інфраструктура та доступність популярних туристичних локацій. Проте, незадовільний стан дорожнього покриття в регіоні створює труднощі, тому актуальним є розроблення та реалізація програми реконструкції основних автодоріг, які з'єднують Одесу з перспективними центрами молодіжного туризму області.

Важливо врахувати потреби туристів, які пересуваються на велосипедах або пішки. Для велотуристів наразі не створено спеціалізованих трас, бракує

паркувальних зон для велосипедів, а також слабо розвинена система їх оренди. У контексті спортивних заходів, таких як орієнтування на місцевості або аматорські ігри, необхідно облаштувати спеціальні майданчики та території як в Одесі, так і в області.

Одеський регіон має потенціал для організації різноманітних змагань і заходів завдяки наявності природних ландшафтів і пам'яток культурно-історичної спадщини. За підтримки місцевої влади та меценатів, створення програм розвитку молодіжного туризму, активного використання реклами й інших маркетингових інструментів можна значно посилить туристичний потік до області.

Важливу роль у розвитку молодіжного туризму відіграють засоби розміщення, орієнтовані на молодь, такі як хостели, молодіжні турбази та літні табори відпочинку. Згідно зі статистичними даними, з-поміж 250 закладів готельного типу, розташованих в Одеській області, офіційно діють лише 4 хостели. Проте результати дослідження свідчать, що їхня кількість є значно більшою – лише в Одесі функціонує 28 хостелів, з яких 18 представлені на платформі бронювання Booking.com, де мають відповідні рейтинги за якість обслуговування. Інші хостели поширюють інформацію про себе через власні вебсайти.

Водночас в регіоні функціонує «Асоціація хостелів Одеси», яка наразі об'єднує лише два заклади розміщення – готелі «Зірка» та «Ришельє». Однак, згідно з інформацією, опублікованою на їхніх офіційних сайтах, ці заклади не відповідають критеріям хостелів, що викликає необхідність перегляду принципів функціонування та представництва асоціації.

Для розвитку молодіжного туризму важливо не лише збільшити кількість хостелів, а й удосконалити систему їхньої популяризації, об'єднання в мережі та підвищення якості обслуговування, що сприятиме зростанню туристичного потоку.

Не дивлячись на відкриття нових хостелів, рівень розвитку бюджетних засобів розміщення в Одеській області залишається недостатнім для

задоволення існуючого попиту, особливо в період літніх канікул, коли гостро відчувається дефіцит місць для проживання. До того ж, якість обслуговування в таких закладах часто не відповідає очікуванням клієнтів і заявленим стандартам.

Цінова політика також відіграє важливу роль, особливо при формуванні молодіжних турів, орієнтованих на масового споживача. У структурі витрат на турпакет значну частину займає вартість проживання. Тому наявність недорогих засобів розміщення, розташованих поблизу центру міста або морського узбережжя, стає вагомою перевагою для туроператорів, які створюють турпродукти та співпрацюють із такими закладами.

Ця взаємодія приносить вигоду всім учасникам ринку. Туроператори можуть запропонувати своїм клієнтам тури з оптимальним співвідношенням «ціна-якість», засоби розміщення отримують вищий рівень завантаження, а місцевий бюджет отримує додаткові податкові надходження від підприємств туристичної сфери та супутніх галузей економіки.

Крім організації проживання, перевезень, екскурсій і дозвілєвого обслуговування, передбачених програмою туру, важливо враховувати інтерес молоді до заходів подієвого характеру. Такі події сприяють утриманню постійного туристичного потоку та поверненню гостей до регіону.

В Одеському регіоні особливо популярними є фестивалі «Гуморина» та «День міста», які проводяться за підтримки обласної державної адміністрації та міської ради. Яскравим прикладом успішного подієвого заходу став XII Міжнародний фестиваль «Асамблея туристичного бізнесу», проведений навесні 2015 року. Ця подія зібрала учасників не лише з різних куточків України, а й з інших країн.

Програма фестивалю включала низку заходів, орієнтованих на молодь, зокрема студентів і старшокласників, а також на дітей. Подібні ініціативи підвищують привабливість регіону для молодіжної аудиторії, сприяють її активному залученню до культурного життя й допомагають створити позитивний імідж Одещини як туристичного центру.

Для розвитку молодіжних фестивалів Одеська область має потужний потенціал. Однак він використовується не повноцінно. Деякі фестивалі, заявлені як щорічні, але проводяться лише епізодично. Наприклад:

- міжнародний молодіжний туристично-мистецький фестиваль «Свіжий вітер» (с. Миколаївка Білгород-Дністровського району);
- молодіжний молдавський фестиваль «Мерцішор» (за підтримки Молдавської національно-культурної асоціації);
- міжнародний молодіжний фестиваль «Баян-парад» (за підтримки Одеської національної музичної академії ім. А. В. Нежданової, Одеського училища культури і мистецтв ім. К. Ф. Данькевича);
- фестиваль «Райдуга мов» (ініціатива есперанто-клубу «Вердажо»);
- молодіжний фестиваль «Молодь-FEST», який, як і всі попередні, проходив за організаційної підтримки управління культури і туризму, національностей та релігій Одеської ОДА.

Для стимулювання розвитку молодіжного туризму в Одеському регіоні необхідно також активізувати надання знижок молодим туристам – власникам посвідчень ISIC («International Student Identity Card») (табл. 3.2.1).

Варто зазначити, що сьогодні ISIC є єдиним визнаним у світі посвідченням особи та статусу людини, що навчається. Це посвідчення випускається в 120 країнах світу, надає понад 40 тисяч знижок та пільг його власникам; програма підтримується на державному рівні і налічує 4,5 млн членів спільноти ISIC щорічно [92]. Однак в нашій країні можливості для користування посвідченням ISIC поки ще досить обмежені. Зокрема, в Одесі уповноваженими офісами оформлення посвідчень ISIC є чотири організації: «Колізей» (ТМ «Studentland»), «Муніципальний туристичний інформаційний центр», «Bridge School» та «АПОС України». Спектр надаваних знижок малий зважаючи на невелику кількість організацій-учасників даної акції. Розмір знижок – набагато нижче, ніж в європейських країнах. Також слід зазначити, що не всі пропозиції учасників проекту ISIC

в Одесі дійсно представляють інтерес для молодих туристів.

Таблиця 3.2.1

Знижки, які надаються молодим туристам – власникам посвідчень ISIC в м. Одесі [11]

Об'єкти туристичного інтересу	Найменування	Розмір знижки
Засоби розміщення	«Клумба» (мережа готелів), «Лафа» (хостел), «Шанхай-Блюз» (готель, ресторан и караоке-бар)	15%
Транспортні організації	«Ecolines» (Міжнародні автобусні перевезення)	10%
Заклади ресторанного господарства	«Йокогама» (мережа ресторанів), «Південна Пальміра»	5%
	«Печескаго», «Туркуаз», «Шамбала»	10%
Розважальні комплекси	«Метроном»	25-30%
Клуби	«Акваріум»	50%
Атракції	«Колоріто-парк»	Спеціальні пропозиції
Страхові компанії	PZU Україна	5-15%
Магазини	«Baltman» (мережа магазинів спортивного одягу), «Play», «Sin City», «Медіацентр»	5%
	«Мелодіон» (магазин музики и кіно)	7%
	«Кладей», «Sea Express», «Сюрприз» (подарунки, сувеніри), «Улюблений», «Gipfel» (магазин висової моди для кухні)	10%
Асоціації	«АПОС України» - Асоціація студпрофкомів	5%

Одним із ключових чинників розвитку молодіжного туризму в Одеській області є забезпечення ефективного державно-приватного партнерства в цій сфері. Для досягнення цієї мети доцільно створити спеціалізований координуючий орган, який буде відповідати за стратегічне планування, розробку комплексу заходів, спрямованих на молодіжну аудиторію, та оцінку їхньої ефективності.

Таким органом може стати Комітет сприяння розвитку молодіжного туризму при Одеській обласній раді. Основним завданням цієї установи буде об'єднання зусиль місцевих органів влади, громадських організацій і підприємців, зайнятих у туристичному бізнесі.

Комітет сприятиме розробці цільових програм розвитку молодіжного

туризму, залученню інвестицій, створенню умов для реалізації ініціатив у цій сфері та координації дій усіх зацікавлених сторін. Це дозволить забезпечити системний підхід до розвитку молодіжного туризму, підвищити ефективність використання ресурсів і зробити регіон більш привабливим для молодих туристів.

Основне завдання Комітету сприяння розвитку молодіжного туризму при Одеській обласній раді. має полягати у формуванні на території регіону конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі, спрямованої на розвиток молодіжного туризму, та забезпеченні, з одного боку, попиту споживачів на туристичні послуги, а з іншого, значного внеску у соціально-економічний розвиток регіону за рахунок більш повного використання культурно-історичної та природної спадщини.

Для активізації молодіжного туризму дослідники пропонують спрямувати діяльність Комітету сприяння розвитку молодіжного туризму при Одеській обласній раді на здійснення наступних заходів:

- формування сукупності фінансових, організаційних умов для розвитку туристично-екскурсійного потенціалу в районах і містах обласного підпорядкування;
- сприяння будівництву нових та модернізації діючих засобів розміщення, діяльність яких пов'язана з наданням послуг молодим туристам;
- створення єдиної торгової марки, яка надається туристичним фірмам і підприємствам туристичного сервісу, що займаються розвитком молодіжного туризму, на конкурсній основі;
- інтенсивне використання існуючих, відновлення колишніх і розробка нових молодіжних туристичних маршрутів по Одеській області;
- розробка туристично-екскурсійної карти Одеського регіону із зазначенням туристичних маршрутів, класифікованих за видами, порою року, інтересами різних категорій молодих туристів, акцентованих на певних населених пунктах, архітектурних, будівельних, археологічних, природно-ландшафтних, історичних та інших об'єктах;

- рекламування туристичних можливостей Одеської області в регіонах-постачальниках туристів – Київському, Харківському, Дніпропетровському, Чернігівському, Вінницькому, Львівському та ін.;
- введення нових пільг та вдосконалення існуючої системи знижок для молоді, що подорожує в межах Одеської області, залучення більшої кількості підприємств-учасників акції ISIC;
- розвиток галузевої науки, здійснення наукових досліджень у сфері туризму Одещини;
- формування сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму, у тому числі й молодіжному [11].

Сьогодні ефективність кластерних структур в туристичній сфері не підлягає сумніву. При цьому, як і інші види підприємницької активності, створення та розвиток будь якого туристичного кластера має бути науково обґрунтованим та економічно доцільним. Це вимагає розробки особливого механізму, який дозволить визначити найбільш перспективні види туризму для Одеського регіону, окреслити перспективних учасників кластера та оцінити майбутні ефекти від його створення.

Підвищити рівень ефективності використання туристичних ресурсів регіону можна за рахунок використання кластерної концепції, яка є новим напрямком розвитку регіональної економіки, способом вирішення питання підвищення конкурентоспроможності туристичного сектора, а також покращення привабливості території для потенційних туристів.

Результатом реалізації кластерної концепції буде створення в Одеському регіоні розвиненої туристичної інфраструктури, підприємства якої надавали б послуги високої якості широкого діапазону. До числа найбільш перспективних для Одеського регіону відносять наступні види туризму: пляжний, зелений, діловий та круїзний, і як форму туризму розглядають на нашу думку дитячий і молодіжний туризм.

Потенційний склад учасників туристичного кластера може бути

сформований з представників певних сфер туристичного та пов'язаного з ним бізнесів. В структурі туристичного кластера виділяють наступні основні групи учасників, які є представниками:

1) бізнесу: основний сектор – виробництво туристичних послуг (турагенти, туроператори), установи індустрії гостинності (колективні засоби розміщування, харчування), заклади з організації дозвілля (театри, музеї, заклади розваг, природні парки); сервісний сектор (рекламні, страхові компанії тощо); допоміжний сектор (транспорт, зв'язок, медіа, виробництво товарів туристичного призначення) [43];

2) науки та освіти – профільні навчальні та наукові заклади;

3) влади – органи державної влади та регіональні установи туризму.

В межах наведеної блок-схеми створення туристичного кластера передбачається розробка його моделі. Економічний механізм взаємозв'язку учасників кластера запропоновано здійснювати за варіантами, зміст яких наведений на рис. 3.2.2.

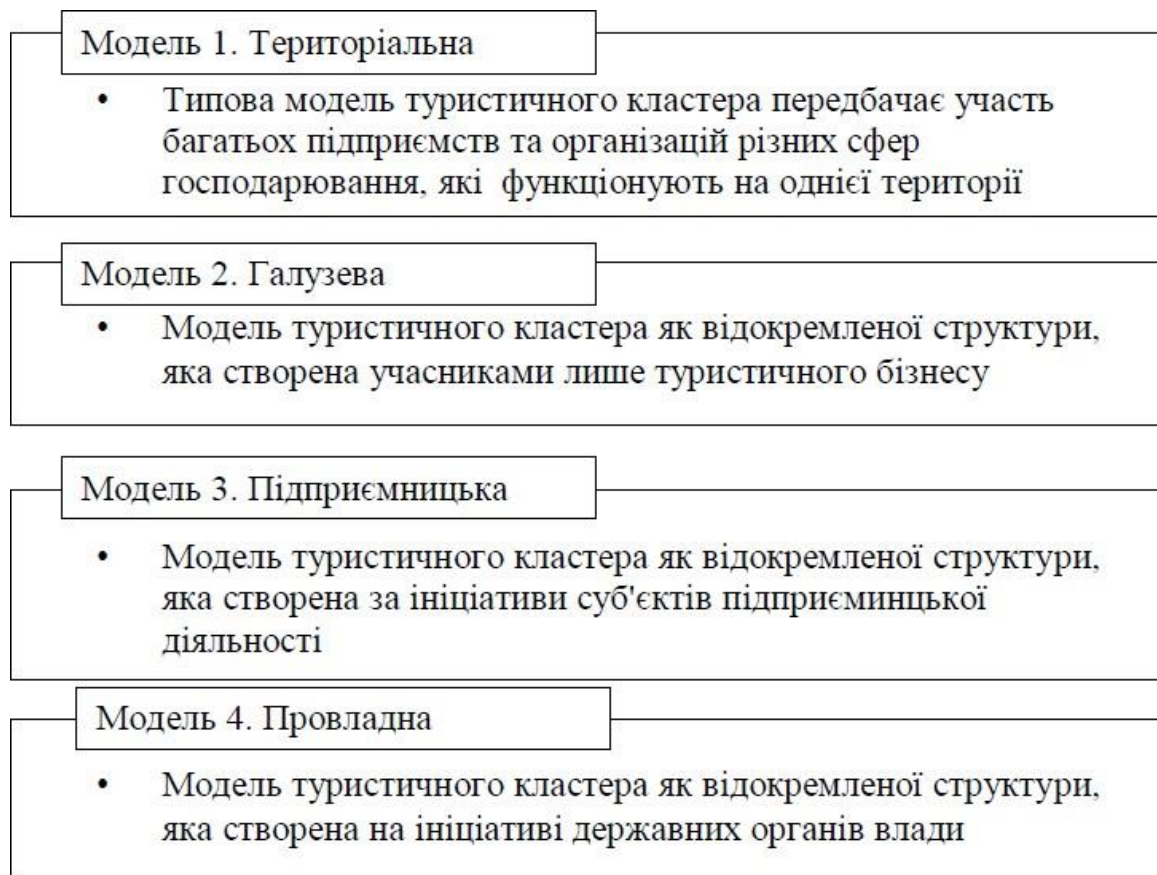


Рис. 3.2.2 Моделі механізму створення та взаємодії учасників в межах кластера [16]

Науковці зазначають, що в сучасних умовах в Одеській області найбільш доцільною є перша модель. Факторами створення такої моделі туристичного кластера, окрім територіального, є фактор економічної єдності та спільного використання ресурсів, фактор локальності, конкуренції та кооперації.

Міжнародний досвід показує, що формування сучасного кластера припускає виділення кількох сценаріїв – своєрідної послідовності операцій, що забезпечують та визначають його побудову. При створенні кластера можна використовувати сценарії: техніко-реалізаційний, організаційно-виробничий, маркетинговий, інвестиційний, спеціально-кадровий та інституційно-організаційний [40].

Створення туристичного кластера в Одеському регіоні може розвиватись поступово за кожним сценарієм або використовувати тільки окремі з них. Найбільш перспективним, на сучасному етапі розвитку туристичної індустрії в Одеському регіоні є інвестиційний сценарій, який передбачає визначення перспективних видів туризму і розробку відповідних туристичних продуктів, аналіз альтернатив реалізації та організації кластера, оцінку ризиків кожного проекту та етапу реалізації окремого проекту, постійний аналіз спеціально створеною групою експертів – ядра кластера.

Відсутність нормативно-правового тлумачення кластерів має як негативні (неможливість державної реєстрації структури з організаційно-економічною формою «кластер»), так і позитивні (відсутність надлишкового регулювання з боку державних установ) наслідки. Для туристичного кластера Одеського регіону при сучасному економічному становищі з врахуванням обраної моделі та сценарію побудови найбільш доцільною є найменш жорстка форма об'єднання – громадська спілка. Це обумовлено необхідністю залучення найбільш широкого кола учасників до туристичного кластера.

Оцінка необхідних ресурсів та очікуваних результатів передбачає, в

першу чергу, відбір пріоритетних інвестиційних проектів, які необхідні для розвитку самого кластера, його інфраструктури, транспортної складової, системи взаємодії та комунікації між учасниками та просування регіону на туристичному ринку країни та за її межами. На цьому етапі чітко розмежовуються функції та обов'язки інвесторів та представників влади.



Рис. 2.3.3 Оцінка ефективності функціонування кластера за складовими [16]

Зацікавленість суб'єктів підприємницької діяльності в ефективності створення і функціонування кластера підсилює необхідність оцінити наявними даними перспективних показників роботи туристичного кластера в Одеському регіоні та ефективність для всіх його учасників. Ефективність виступає найважливішим фактором забезпечення безпеки кластера та його учасників, тобто його виживання в сучасних умовах господарювання і їх

подальшого ефективного розвитку.

На погляд дослідників, дискусійним є включення в комплексну оцінку специфічних показників діяльності окремих учасників кластера. Загальну оцінку результативності функціонування кластера відображають показники, що характеризують виробничу структуру об'єднання, інноваційну діяльність, економічний та соціальний розвиток, екологічний стан в регіоні, що дає змогу виявити позитивні та негативні тенденції після формування кластера та є підґрунтям для прийняття управлінських рішень щодо організації та функціонування кластера. Пропонуємо оцінку ефективності функціонування кластера за економічною, інноваційною, соціальною та екологічною складовими (рис. 2.3.3).

Таким чином, перевагами кластерної моделі для існування регіонального ринку молодіжного туризму є: ефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів; удосконалення та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту; підвищення інвестиційної привабливості регіону; координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури; зниження собівартості туристичних послуг.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

України має потужний культурно-історичний та природно-туристичний потенціал, який неефективно використовується як туристський ресурс, проте його можливо і доцільно використовувати для організації молодіжної туристської діяльності. Географічне розташування країни, розмаїття рослинного і тваринного світу, клімат і рельєф, геологічне і гідрологічне багатства дають змогу розвивати та пропонувати юнацтву різні атракції активного та пізнавального туризму. В Україні перспективними напрямками дитячої та молодіжної туристської діяльності є розвиток пізнавального, активного, сільського та зеленого туризму. Доцільно також приділяти увагу подієвому туризму який пов'язаний із термінами проведення фестивалів, туристичних змагань, зльотів та конкурсів. Розвиток дитячого та молодіжного туризму будь-якого регіону України сьогодні особливо актуальний, оскільки саме цей вид туризму дає змогу туристам не тільки пізнати Україну та світ, але й сприяє патріотичному вихованню.

У роботі нами запропоновано використання кластерного підходу до формування регіонального ринку молодіжного туризму в Одеській області, спрямованого на формування сприятливих умов для розвитку підприємництва, зміцнення позицій членів кластера та стійкий розвиток їх господарської діяльності, підвищення конкурентоспроможності сфери туризму регіону, завдяки: вдосконаленню туристичної ресурсної бази області; створенню та реалізації різноманітних програм обслуговування; організації туристичних подій які будуть об'єднувати людей з метою відпочинку або подорожування; покращенню умови приймання туристів та їх розміщення.

Підтверджено, що пошук ефективних способів організації та управління має бути спрямований на підвищення ефективності

використання потенціалу туристичної галузі, оптимізацію використання туристичних ресурсів регіону, і зростання її конкурентоспроможності туристичної сфери, що є актуальним в умовах повоєнного відновлення економіки регіонів України. Наведений механізм реалізації кластерної концепції дозволив оцінити туристичні ресурси Одеської області, визначити перспективні напрями молодіжного та дитячого туризму, обґрунтувати доцільну модель туристичного кластера та визначити ефективний сценарій побудови туристичного кластера.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Ю. Вплив державної політики на розвиток туристичної галузі України / Ю. Алексєєва // Актуальні проблеми внутрішньої політики: зб. наук. пр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua/>.
2. Асоціація індустрії гостинності України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aigu.org.ua/>.
3. Асоціація лідерів турбізнесу України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://altu.com.ua/>.
4. Базилевич Н. О. Соціалізація особистості молодшого школяра засобами туристської роботи / Н. О. Базилевич // Вісник Запорізького національного університету. Серія: Фізичне виховання та спорт. – 2010. – № 1 (3). – С. 18-21.
5. Блистів Т. Доцільність участі вчителів фізкультури у проведенні краєзнавчо-туристичної роботи в школі / Т. Блистів, Т. Білошицький // Краєзнавство і туризм : освіта, виховання, стиль життя : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. викл. ф-ту фіз. виховання і спорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/346060...pdf>.
6. Блистів Т. Мотиваційні пріоритети школярів до занять у центрах дитячо-юнацького туризму / Т. Блистів // Спортивна наука України. – 2015. – № 1 (65). – С. 70-75 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/snu/article/view/293>.
7. Бойко М. Г. Організація готельного господарства: підруч. / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 448 с.
8. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навч. посіб. / Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова / В. В. Величко. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
9. Виїзд дитини за кордон в 2019 році [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <https://www.lawportal.com.ua/procedura-viizdu-ditini-za-kordon.html>

10. 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»).

11. Галасюк С. С. Напрями активізації молодіжного туризму в Одеському регіоні / С. С. Галасюк // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки. – 2015. – № 2. – С. 36-41.

12. Герман І. В. Правове регулювання організації дитячого туризму в Україні / І. В. Герман // Молодий вчений. – 2019. – № 7 (71). – С. 329-336.

13. Горбунов Л. М. Система туристично-краєзнавчої роботи в школі / Л. М. Горбунов // Кінезіологія в системі культури : матеріали конф. – Івано-Франківськ, 2001. – С. 69-70.

14. Грабовський Ю. А. Спортивний туризм: навч. посіб. / Ю. А. Грабовський, О. В. Скалій, – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2009. – 304 с.

15. Грабовський Ю. З досвіду організації підготовки студентів до керівництва туристською роботою в школі / Ю. Грабовський, Т. Селезньова // Краєзнавство і туризм : освіта, виховання, стиль життя : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції викладачів факультету фізичного виховання і спорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua/>.

16. Гребенник Н. Г. Алгоритм реалізації кластерної концепції в Одеському регіоні / Н. Г. Гребенник, Ю. О. Наврозова, В. С. Бондаренко // Development of administration and economic management methods on transport. – 2017. – № 4 (61). – С. 109-123.

17. Денисенко М. П. Особливості організації дитячого туризму в

Україні / М. П. Денисенко, Д. Д. Геньбач // Економіка та держава. – 2019. – № 10. – С. 46-50 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2019_10_9.

18. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

19. Державний реєстр дитячих закладів оздоровлення та відпочинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drdz.mlsp.dov.ua/msm/>

20. Динаміка фізичного розвитку юних туристів за даними АСПОН-Д / Є. Євтушенко, Ю. Ромаскевич, М. Данілевич [та ін.] // Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. з міжнар. участю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/6143/1/%D0%94%D0%98%...>

21. Дитячий відпочинок в Україні: особливості та тенденції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aigu.org.ua/ukrainechilds.html>.

22. Діденко К. Д. Сучасний стан та перспективи розвитку молодіжного туризму в Україні / К. Д. Діденко, О. В. Дроздовська-Ілмаз // Географія та туризм: наук. зб. – 2012. – № 20. – С. 139-145.

23. Долгова К. Кластерна модель територіального комплексу дитячого туризму та рекреації в Україні / К. Долгова // Економічна та соціальна географія. – 2017. – Вип. 78. – С. 47-52.

24. Доцільність проведення туристичних занять з учнями молодших класів / А. Клемба, Ю. Байцар, Ю. Любіжанін, М. Нагорнюк // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали III Міжрегіон. наук.-практ. конф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/3248>.

25. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Наказ Держспоживстандарту України від 23 грудня 2003 р. № 225.

26. Єврорегіон Буг: Волинська область / За ред. Б. П. Клімчука, П. В. Луцишина, В. Й. Лажника. – Луцьк: Ред.-вид. відділ ВДУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail>.

php3?doc_id=32957.

27. Зейко В. О. Конструктивно-географічна оптимізація розвитку молодіжного і дитячого туризму у Волинській області : дис. канд. геогр. наук : 11.00.11 / В. О. Зейко. – Луцьк, 2020. – 228 с.

28. Зінченко В. А. Актуальні проблеми розвитку дитячого та молодіжного туризму / В. А. Зінченко // Туризм у XXI столітті : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/6143/1/%D0%94%D0%98%D0%A2%D0%AF%D0%A7%D0%9E_%D0%AE%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%AC%D0%9A%D0%98%D0%99%20%D0%A2%D0%A3%D0%A0%D0%98%D0%97%D0%9C_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B6%D1%87%D0%B8%D0%BA.pdf.

29. Зубова Н. В. Організація дитячо-юнацької туристичної мандрівки з позицій системного підходу / Н. В. Зубова, М. І. Фуркало, Ю. В. Човнюк // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт. – 2007. – Вип. 44. – С. 184-193.

30. Іванов А. Проблеми у сфері літнього дитячого туризму (на прикладі Миколаївської області) / А. Іванов, Т. Чичкалюк // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали V Всеукр. наук.- прак. конф. – Львів, 2009. – С. 159-162.

31. Іванченко Г. В. Оцінка очікуваної ефективності кластера як основа для прийняття рішень щодо кластероутворення / Г. В. Іванченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6. – Ч. 1. – С. 136-139.

32. Івченко Л. О. Особливості організації дитячого туризму в Україні / Л. О. Івченко, С. В. Кужиль, М. В. Петренко // Економіка та держава. – 2019. – № 1. – С. 84-88.

33. Калініченко А. Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку:

поняття, види та форми діяльності / А. Калініченко // Державне управління в Україні: проблеми державотворення, виклики та перспективи: Матеріали II Міжнар. наук. конф. аспірантів та докторантів з державного управління (3 червня 2011 року). – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2011. – С. 30-34.

34. Кан Ю. Основні принципи та підходи до дитячо-юнацького туризму / Ю. Кан // Актуальні проблеми юнацького спорту : матеріали VI Всеукр. наук.-прак. конф. – Херсон, 2008. – С. 251-254.

35. Карпенко Ю. В. Сутність і структура соціального капіталу сфери туризму в умовах модернізації економіки друк / Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2017. – № 1 (47). – С. 110-118.

36. Карпенко Ю. В. Сучасні тенденції глобалізації та регіоналізації відносин у сфері туризму / Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2017. – № 3 (49). – С. 49-62.

37. Кашуба Я. М. Формування системи дитячого оздоровлення і туризму : монографія / Я. М. Кашуба. – Львів: ПАІС, 2007. – 293 с.

38. Кизим М. О. Теорія та практика оцінки пріоритетності та результативності державних цільових програм в Україні / М. О. Кизим, Г. М. Феденко // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 6-13.

39. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підруч. / В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.

40. Кластери в економіці України: Монографія / За наук. ред. докт. екон. наук., проф. М. П. Войнаренка. – Хмельницький: ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. – 1085 с.

41. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. 334 с.

42. Коваленко О. О. Молодь як суб'єкт правових відносин / О. О. Коваленко // Збірник наукових праць: Серія Право. – Харків : ХНАДУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua/>.

43. Ковальова Ю. М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі / Ю. М. Ковальова, Н. В. Алишева // Механізм регулювання економіки.

– 2008. – № 3 (2). – Т. 1. – С. 92-100.

44. 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 / О. В. Колотуха [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dissertation.com.ua/catalog/25>.

45. Кондрацька Л. П. Дитячий туризм в Україні: стан та перспективи розвитку / Л. П. Кондрацька // Регіональна економіка. – 2021. – № 3. – С. 126- 130.

46. Король А. П. Екологічне виховання школярів під час туристичних походів / А. П. Король // Сучасні проблеми фізичного виховання та спорту школярів і студентів України : матеріали IV Всеукр. наук. студ. конф. – Суми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fc.sspu.edu.ua/>.

47. Король О. Д. Менеджмент туризму: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Д. Король, М. П. Крачило. – Чернівці: Рута, 2008. – 240 с.

48. Коцан Н. Н. Історія розвитку дитячого туризму в Україні. Актуальні проблеми країнознавчої науки / Н. Н. Коцан, А. В. Яворська: матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. 18.12.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/18>.

49. Коцур Н. Врахування морфо-функціонального стану організму молодших школярів при підготовці до туристичних походів / Н. Коцур // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ. Спецвипуск : Педагогіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gymvisnuk.webnode.com.ua/>.

50. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. / С. П. Кузик. – К.: Знання, 2011. – 271 с.

51. Личак І. Юні туристи-краєзнавці: методичні рекомендації щодо організації туристсько-краєзнавчої роботи з дітьми дошкільного віку / І. Личак. – Біла Церква, 2010. – 102 с.

52. Лущик М. Маркетинговий підхід до управління формуванням туристичного продукту / М. Лущик, Т. Каткова // Development Service. – 2023. – Industry Management. – № 1. – С. 68-74.

53. Малиновська О. Географія дитячого туризму / О. Малиновська, Ю. Іванова // Краєзнавство, географія, туризм. – 2008. – № 44 (577). – С. 3-5.

54. Мельнічук М. М. Молодіжний та дитячий туризм: сутність та класифікація за віком / М. М. Мельнічук, В. О. Зейко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Геологія. Географія. Екологія. – 2016. – Вип. 44. – С. 118-122.

55. Миргородська О. Дитячі табори як різновид дитячого туризму в Україні / О. Миргородська, А. Пропадуший // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України», присвяченої 90-річчю дитячо-юнацького туризму в Україні // Збірник наукових праць. – Київ – Кропивницький: ЛА НАУ, 2020. – С. 58-64.

56. Міністерство освіти і науки України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua>

57. Мовчан В. Педагогічні основи шкільного туризму / В. Мовчан // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ. Спецвипуск: Педагогіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gymvisnuk.webnode.com.ua/>.

58. Наказний М. О. Проектування діяльності дитячого оздоровчого закладу: теорія і технологія: монографія / М. Наказний. – Дніпропетровськ, 2010. – 476 с.

59. Нікітенко С. І. Розвиток молодіжного та дитячого туризму в незалежній Україні: проблеми та перспективи / С. І. Нікітенко // Наукові праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/.../62-49-12.pdf>.

60. Пальян З. О. Сучасний режим народжуваності в Україні: статистичне оцінювання стану та перспектив / З. О. Пальян // Вісник

Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 129. – С. 35-38.

61. Пангелов Б. Оптимізація навчально-тренувального процесу юних туристок на основі врахування особливостей жіночого організму / Б. Пангелов, М. Попов // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ. Спецвипуск: Педагогіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gymvisnuk.webnode.com.ua/>.

62. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посіб. / Б. П. Пангелов. – К.: Академвидав, 2010. – 248 с.

63. Пангелов Б. Проблеми дитячо-юнацького туризму в Україні: напрями досліджень / Б. Пангелов // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2010. – № 2. – С. 195-197.

64. Плешивцова М. В. Організація дитячого туризму в Україні / М. В. Плешивцова // Географія та туризм. – 2014. – Вип. 14. – С. 153-159.

65. Похмурська С. Сучасний стан і перспективи розвитку дитячо-юнацького туризму в Львівській області / С. Похмурська, Р. Скабара // Молода спортивна наука України : зб. наук. пр. з галузі фіз. культури та спорту. – Львів, 2007. – Вип. 11. – Т. 5. – С. 310-313.

66. Про затвердження заходів щодо державної підтримки розвитку молодіжного та дитячого туризму: Розпорядження КМУ від 12 травня 2004 р. № 298-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/298-2004-%D1%80#Text>

67. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

68. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України № 222-VIII від 2.03.2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>

69. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України від 04.09.2008 р. № 375-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/375-17>.

70. Редько В. Є. Проектний підхід до управління розвитком туризму / В. Є. Редько // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2014. – Вип. 7. – Ч. 3. – С. 167-170.

71. Сазонець І. Л. Сутність та концептуальні підходи до формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму / І. Л. Сазонець, К. С. Стоян // Ефективна економіка. – 2013. – № 8 <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3477>

72. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян: Закон України від 21.01.1994 р. № 3857-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text>

73. Про порядок направлення дітей на оздоровлення та відпочинок: Положення від 31.01.2018 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z084118>.

74. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 2465-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.

75. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 №168- р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

76. Про транскордонне співробітництво: Закон України від 24.06.2004 р. № 1861-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-15#Text>.

77. Про туризм: Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

78. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

79. Пясковська Т. Як планують відпочивати українці / Т. Пясковська

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=700&page=5>

80. Романова А. Молодіжний туризм як тренд сучасної туристичної індустрії / А. Романова // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2018. – № 1 (13). – С. 47-54.

81. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підруч.; за заг. ред. В. Ф. Орлова / Т. Г. Сокол [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/sokol_otd.htm.

82. Спортивний туризм. Інформаційно-методичний збірник № 15. Туристсько-спортивний словник-довідник / Авт.-упор. Колотуха О. В. – К.: ФСТУ. 2017. – 144 с.

83. Статистичні дані за даними Адміністрації Держприкордонслужби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2017_u.htm

84. Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrjuntur.org.ua/>

85. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник. / За ред. Р.Ф. Семенова. – Одеса, 2011. – 255 с.

86. Чорна Л. В. Інноваційні підходи до організації літнього дитячого оздоровлення / Л. В. Чорна // Карпатський Край. – 2015. – № 1. – С. 225-229.

87. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посібник / Н. В. Чорненька. – К.: Атіка, 2008. – 392 с.

88. Шелеметьєва Т. В. Компоненти методології управління розвитком туризму / Т. В. Шелеметьєва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 8. – Ч. 1. – С. 142-146.

89. Burkhard S. Travel Trend Report 2017. Trekksoft ebook library / S. Burkhard, N. Kow, L. Fuggle. 2017. – 39 p.

90. Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics, 1995.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pub.worldtourism.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1033/1033-1.pdf>.

91. Federation of International Youth Travel Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fiyto.org>.

92. ISIC в Україні / Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.isic.org.ua>.

93. 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.

94. World Tour Operators Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://worldtouroperators.com>.

95. World tourism barometer. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.

96. World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/>.