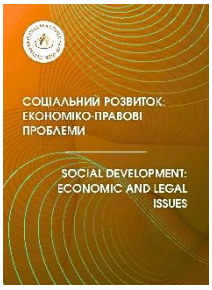
e-ISSN 3083-6018

СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК: економіко-правові проблеми

https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel



Молодіжний туризм як драйвер розвитку туристичного бізнесу у малих громадах: міжнародний досвід

Уляна А. Мартинюк [1]* Кирило І. Чумаков [2] Олексій С. Альбещенко [3]

[1] *Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького (Україна). Доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності, канд .с.-г. наук.*

[2] *Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради (Україна). Доцент кафедри менеджменту та туризму, канд. екон. наук, доцент.*

[3] *Миколаївський національний аграрний університет (Україна). Докторант кафедри економічної кібернетики і математичного моделювання, канд. екон. наук.*

*** *Автор-кореспондент,*** e-mail: Yljana1981@gmail.com

СТАТТЯ

Дослідницька

DOI: 10.70651/3083-6018/2025.7-8.11

Авторське право
© 2025 авторів

Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons «Із Зазначенням Авторства – Некомерційна 4.0 Міжнародна» (CC BY-NC 4.0).

OPEN ACCESS

АНОТАЦІЯ

Сучасні зміни і глобальна суспільна динаміка спричинили відчутні трансформації соціально-демографічної характеристики портрета сучасного споживача туристичних послуг. Інноваційною чисельною категорією, що визначатиме основні тренди туристичного попиту в найближчі десятиліття, позиціонується покоління молоді. Водночас, особливої уваги потребують питання регенерації локального туризму як чинника практичної управлінської підтримки розвитку регіонального туристичного бізнесу. Мета. Метою статті є аналіз специфіки молодіжного туризму в контексті фактору розвитку туристичного бізнесу в малих громадах. Результати. У дослідженні деталізовано визначення ключових дефініцій сфери молодіжного туризму. Проаналізовано основні функції досліджуваної туристичної галузі, у тому числі – укріплення регіонального економічного потенціалу і розвиток дестинацій; збереження та примноження історико-культурної спадщини; актуалізація в молоді відчуття міжкультурної компетентності і толерантності до звичаїв різних національностей. Виокремлено ключові тенденції молодіжного туризму і характерні риси його реципієнтів. Сформульовано основні потреби молоді в туризмі, зокрема, адаптивність пропозиції до гнучкого попиту; необхідність залучення онлайн-маркетингу і цифрових технологій туристичного сервісу для постійної підтримки зворотного зв'язку з туристичною аудиторією (мобільні додатки, соціальні мережі, промоакції, смс-розсилка тощо). Обґрунтовано необхідність аналітики маркетингових даних, персоналізації досвіду і розвитку е-маркетингу. Досліджено міжнародний досвід розвитку туристичного бізнесу в малих громадах за посередництвом молодіжного туризму. Виокремлено значущі тенденції та пріоритетні організації з розвитку молодіжного туризму у європейській спільноті. Висновки. Результати дослідження підтверджують важливість інтеграції сучасних підходів та цифрових технологій до стратегій стимулювання поступу молодіжного туризму як драйверу розвитку регіональних дестинацій та туризму в малих громадах.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

туристична індустрія, регіональний розвиток, молодь, дестинації, конкурентоспроможність, ефективність, оптимізація, е-туризм.

e-ISSN 3083-6018

SOCIAL DEVELOPMENT: Economic and Legal Issues

https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel

Youth Tourism as a Driver of Tourism Business Development in Small Communities: International Experience

Uliana Martyniuk [1]* ● Kyrylo Chumakov [2] ● Oleksii Albeshchenko [3]

[1] *Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies of Lviv (Ukraine). Associate Professor at the Department of Tourism Business and Hospitality, PhD Agricultural Sciences.*

[2] *Municipal Institution of Higher Education "Khortytsia National Educational and Rehabilitation Academy" of Zaporizhzhia Regional Council (Ukraine). Associate Professor at the Management and Tourism Department, PhD in Economics, Associate Professor.*

[3] *Mykolayiv National Agrarian University (Ukraine). Doctoral Student at the Department of Economic Cybernetics and Mathematical Modeling, PhD in Economics.*

*** *Corresponding Author,*** e-mail: Yljana1981@gmail.com

ARTICLE INFO

Research Article

DOI: 10.70651/3083-6018/2025.7-8.11

Copyright © 2025 by authors

This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution—NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

OPEN ACCESS

ABSTRACT

Global social dynamics have led to tangible transformations in the socio-demographic characteristics of the modern consumer of tourism services. The youth generation is positioned as a key demographic category that will shape the main trends in tourism demand in the coming decades. At the same time, the issue of regenerating local tourism as a factor of practical managerial support for the development of regional tourism business requires special attention. Purpose. The purpose of the article is to analyze the specifics of youth tourism in the context of a factor in the development of the tourism business in small communities. Results. The study provides a detailed definition of key concepts of the youth tourism sector. The main functions of the tourism industry under study are analyzed, including strengthening regional economic potential and developing destinations; preserving and increasing historical and cultural heritage; and actualizing in young people a sense of intercultural competence and tolerance for the customs of different nationalities. The key trends of youth tourism and the characteristic features of its recipients are identified. The main needs of young people in tourism are formulated, in particular, the adaptability of the offer to flexible demand; the need to involve online marketing and digital technologies of the tourist service to constantly support feedback with the tourist audience (mobile applications, social networks, promotions, SMS mailings, etc.). The need for marketing data analytics, personalization of experience and development of e-marketing is substantiated. The international experience of developing tourism business in small communities through youth tourism is studied. Significant trends and priority organizations for the development of youth tourism in the European community are identified. Conclusions. The results of the study confirm the importance of integrating modern approaches and digital technologies into strategies for stimulating the progress of youth tourism as a driver for the development of regional destinations and tourism in small communities.

KEYWORDS

tourism industry, regional development, youth, destinations, competitiveness, efficiency, optimization, e-tourism.

1. Вступ

Усвідомлення тенденцій поведінкової динаміки нових категорій споживачів туристичного продукту, їхніх пріоритетів та потреб позиціонується на сьогодні необхідною умовою для успішного розвитку локальних туристичних дестинацій та ефективного функціонування туристичного бізнесу загалом. Разом із тим, не зважаючи на глобальну активізацію сфери молодіжного туризму, вітчизняна галузь в даному аспекті залишається малорозвиненою. Негативні тенденції підсилюються відсутністю цільових маркетингових досліджень та скоординованої управлінської політики у сфері індустрії гостинності.

При цьому, в системі глобального туризму подорожам молоді відведене особливе місце, а частка молодіжного туризму щорічно зростає орієнтовно на 1,5%. Частка подорожуючих віком 30 років сягає до 40% туристських потоків [1].

Молодіжний туризм реалізується на національному, регіональному та глобальному рівнях, поєднуючи практично всі категорії подорожей. Особливістю молодіжного туризму є вік відпочиваючих (відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації, до даної категорії належать поїздки подорожуючих осіб у віці від 14 до 44 років) [2]. Серед основних видів молодіжного туризму – розважальний туризм (відвідування концертів, нічних клубів, парків атракціонів тощо), освітній туризм (у тому числі міжнародні програми по студентському обміну для отримання освіти, опанування мов, зближення культур і народів), екстремальний туризм (дайвінг, рафтинг, гірські та водні лижі, каякінг, лижний туризм, спелеологія, скелелазіння, альпінізм), гірські тури та водні тури, велосипедні тури та спелеотури (відвідування природних або штучних печер і лабіринтів), а також пішохідні тури, що не потребують жодної спеціальної підготовки чи складного спорядження.

Зважаючи на різноманіття видів та функцій молодіжного туризму, на його зростаючу роль в загальному поступу регіонів, постає необхідність поглибленого дослідження специфіки управління розвитком молодіжного туризму в малих громадах та міжнародного досвіду в цій сфері.

2. Огляд літературних джерел

Дослідженню проблематики розвитку молодіжного туризму у контексті підвищення ефективності поступу малих громад приділена значна увага у доробку вітчизняних науковців. Зокрема, аналіз окремих аспектів присутній у публікаціях А. Головка [3], Л. Бондаренко [4], А. Романової [5], В. Тищенка та ін. [6], І. Труніної, К. Латишева [7], Л. Івченка, Ю. Грудецької [8]. Учені ідентифікують рівень результативності існуючих методів і форм управління, маркетингу та популяризації дестинацій, системи взаємозв'язків, забезпечення відповідності міжнародним стандартам. Аналітика, проведена науковцями, дає змогу виокремити пріоритетні напрямки та способи оптимізації процесів управління у сфері гостинності та туризму.

Дослідження актуальних тенденцій поступу глобальної туристичної індустрії, у тому числі сфери молодіжного туризму, набуває особливої значущості для провідних світових економічних організацій. Так, міжнародні авторитетні формації – Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) [2], Світовий економічний форум (World Economic Forum) [9], Всесвітня рада з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council) [10] щорічно оприлюднюють аналітичну звітність щодо сучасного стану та прогнозів розвитку туристичної індустрії в глобальному масштабі.

Проблематиці систематизації та класифікації напрямків туристичної індустрії, у тому числі за віковою специфікою, приділена увага дослідників, таких як Є. Козловський [11], М. Кабер та ін. [12], А. Саїкія, С. Госвамі [13]. Особливості розвитку молодіжного туризму в малих громадах розглядають Д. Шапарнієне та ін. [14], Р. Робінсон та ін. [15], Й. Сан та ін. [16].

3. Постановка завдання

Не зважаючи на значущість наукових розробок досліджуваної проблематики, у більшості галузевих публікацій розглядаються лише окремі аспекти розвитку молодіжного туризму.

Малодослідженою залишається його регулююча роль в контексті регіонального розвитку та економічної сталості малих громад.

Метою статті є аналіз специфіки молодіжного туризму в контексті фактору розвитку туристичного бізнесу в малих громадах. Дослідження передбачає, також, визначення глобальних тенденцій поступу та потенційних галузевих викликів, пошук практичних рішень щодо їх нівелювання для забезпечення сталого розвитку молодіжного туризмуу.

4. Методи та матеріали

У межах дослідження було здійснено комплексний аналіз галузевих досліджень, що індексуються у провідних наукометричних базах даних (Scopus, Web of Science) та належать до часового інтервалу 2020-2025 рр. Для пошуку були використані ключові слова «туристична індустрія, регіональний розвиток, молодь, дестинації, конкурентоспроможність, ефективність, оптимізація, е-туризм».

Методологія статті включала загальнонаукові методи, зокрема, аналітично-синтетичні, порівняння, систематизацію, узагальнення. Зазначений підхід дозволив визначити основні причинно-наслідкові зв'язки, детермінувати основні критерії та дефініції, узагальнити науково-теоретичні дані, сформулювати рекомендації щодо оптимізації розвитку сфери молодіжного туризму.

5. Результати та обговорення

Категорія молоді виступає основою інноваційного та соціально-економічного розвитку суспільства. Молодіжний туризм розглядається на сьогодні як інноваційний сектор туристичної індустрії, що швидко та інтенсивно розвивається. До сфери молодіжного туризму, загалом, доцільно віднести молодіжні подорожі, що володіють спортивно-оздоровчою, пізнавальною, волонтерською, культурно-розважальною метою діяльності поза межами постійного місця проживання чи навчання.

Молодіжний туризм передбачає, здебільшого, активний і недорогий, насичений відпочинок. У сучасному контексті подорожі молоді передбачають активне залучення цифрових можливостей і онлайн-планування, гнучкість та адаптивність, актуалізацію комунікаційної компоненти. Серед основних функцій молодіжного туризму слід виокремити розвиток економічного становища локальних дестинацій за рахунок в'їзних і внутрішніх молодіжних туристів, розширення можливостей розвитку історичних, релігійних, культурних дестинацій місцевого і регіонального значення, актуалізація в молоді почуттів поваги, толерантності та терпимості до побуту і звичаїв, сприяння багатосторонньому особистісному розвитку особистості.

У цілому, дефініція «турист» вкладає у себе змістовне означення осіб, котрі подорожують у локаціях, що знаходяться поза рамками їхнього постійного перебування, задля відпочинку, дозвілля, освітньо-культурних, оздоровчих й інших цілей. Молодіжний туризм на сьогодні необхідно розглядати як особливий спосіб трансферу новому поколінню акумульованого людством досвіду і матеріально-культурної спадщини, а також метод морального оздоровлення і формування стійких ціннісних орієнтацій молоді. Останні, здебільшого, формуються у процесі навчання молодого покоління, опанування ним універсальних компетенцій.

Здобувачі освіти формують найбільш подорожуючий сегмент населення у глобальному масштабі. Серед специфічних рис подорожей студентів варто виокремити:

- фінансову економність;
- самостійність і автономність молоді у плануванні і організації власного дозвілля;
- оперативність у прийнятті рішень туристичного характеру;
- спрямованість на отримання максимальної кількості атракцій за короткий період часу за умови демократичної цінової політики;
- заповзятливість молодих туристів, позиціонування подорожей невід'ємною компонентою життєвого досвіду.

Значимість молодіжного туризму для регіонального розвитку підтверджується досвідом позитивного впливу на місцеву економіку в міжнародній практиці. Так, дослідження Всесвітньої

конфедерації подорожей молодих студентів і викладачів (WYSE Travel Confederation) підкреслюють, що загальні витрати молоді на туризм зростають у рази швидше, ніж туристичні витрати інших категорій населення (у середньому, показник зростання складає 8% на рік) [17]. Молодь подорожує частіше, а тому сумарні витрати є значно більшими, незважаючи на скромність разових рахунків. У ході подорожі витрати молоді носять вибірковий характер, зосереджені на вивченні місцевого життя та побуту, а також на індустрії вражень. Окрім того, сучасна молодь еколого-орієнтована у своїх подорожах. Попит молоді формується на основі принципу «тут і тепер», є еластичним та динамічним.

Першочергово, молодіжний туризм приносить неабиякий дохід представникам середнього та малого бізнесу, сприяє створенню нових робочих місць. Усвідомлюючи потенціал віхи молодіжного туризму для розвитку місцевого бізнесу, представники туристичної індустрії акцентують увагу на зазначеній цільовій групі, розробляючи «молодіжні» туристичні програми різнопланового спрямування, формуючи спеціальні пакети туристичних послуг за зниженими цінами, розвиваючи систему хостелів та інших бюджетних локацій гостинності та розміщення.

Системи туристичних пільг для студентів та молодих науковців на сьогодні є звичним та поширеним явищем. Зокрема, міжнародне посвідчення особи і статусу студента ISIC (International Student Identity Card), що випускається у 120 країнах глобальної спільноти, пропонує стійку систему знижок (понад 41 тис. позицій), має серйозну підтримку на державному рівні [1].

Необхідно зауважити відчутну динаміку системи цінностей у самих молодих туристів. Переважна їх більшість використовує туризм для саморозвитку, розширення світогляду, збагачення духовного світу. Завдяки активній туристичній діяльності молодь стає активнішою, самовпевненішою, підвищує крос-культурну компетентність, розширює власні знання в багатьох наукових та суспільних галузях, розвиває комунікабельність, самодисципліну, адаптивність.

Сучасне покоління молодих туристів активно застосовує онлайн-сервіси і цифрові інструменти для планування і реалізації подорожей: соціальні мережі, мобільні додатки, гаджети для фото та відео. Учасники молодіжного туризму розвиваються в глобалізованому просторі, активно користуються Інтернетом, прагнуть розширеної соціальної взаємодії й комунікації, відшукують можливість здобувати реальні враження і ділитися ними в онлайн-мережі. Це зумовлює необхідність забезпечення туристам постійного безперешкодного доступу до Мережі.

Зважаючи на зазначені особливості учасників молодіжного туризму, доцільно зосереджувати увагу туристичного бізнесу на підтримці постійного зв'язку з аудиторією клієнтів, активному залученні соціальних мереж, додатків, е-маркетингу, формуванні бази даних та проведенні маркетингових досліджень, персоналізації досвіду. При цьому, серед найбільш впливових чинників розвитку туристичного бізнесу у сфері молодіжного туризму в малих громадах варто виокремити показник охорони здоров'я в дестинації як позитивний фактор, а ризики тероризму – як найбільш негативний (рис. 1).

Формуючи стратегії розвитку молодіжного туризму в малих громадах, необхідно враховувати, що сучасна молодь майже половину усіх витрат на подорожі спрямовує на їжу й напої, найбільше активностей припадає на відвідування кафе і ресторанів, а особливої популярності набирають гастрономічний і винний види туризму [18]. Зважаючи на таку тенденцію, необхідно залучати галузевих представників середнього і малого бізнесу до формування туристичних пропозицій локального і регіонального значення.

Молодіжний туризм чинить значний позитивний вплив на місцевий економічний розвиток. У рамках функціонування європейської спільноти функціонують безліч установ і організацій, які поклали в основу розуміння цього впливу й спрямовують власну діяльність на допомогу й організацію молодіжного туризму.

Глобальна спільнота зосереджує значні зусилля на заохочуванні молоді до подорожей та демократизації молодіжних поїздок. Зокрема, варіативність молодіжного туризму в масштабному контексті значно розширилась з появою нового виду самостійних туристичних поїздок – «бекпекінгу», а також завдяки розвитку напряму молодіжного волонтерства. Так, прикладом може слугувати Гондурас, що інтегрував програму наукового академічного волонтерського освітнього туризму (SAVE), зосереджену на залученні молодого покоління

туристів до системи моніторингових досліджень природних і культурних пам'яток. Зазначені SAVE-туристи позиціонуються у глобальній спільноті як космополітичні візитери зі ступенями у вищій освіті, які можуть оцінювати унікальний культурно-історичний та природний досвід Гондурасу.

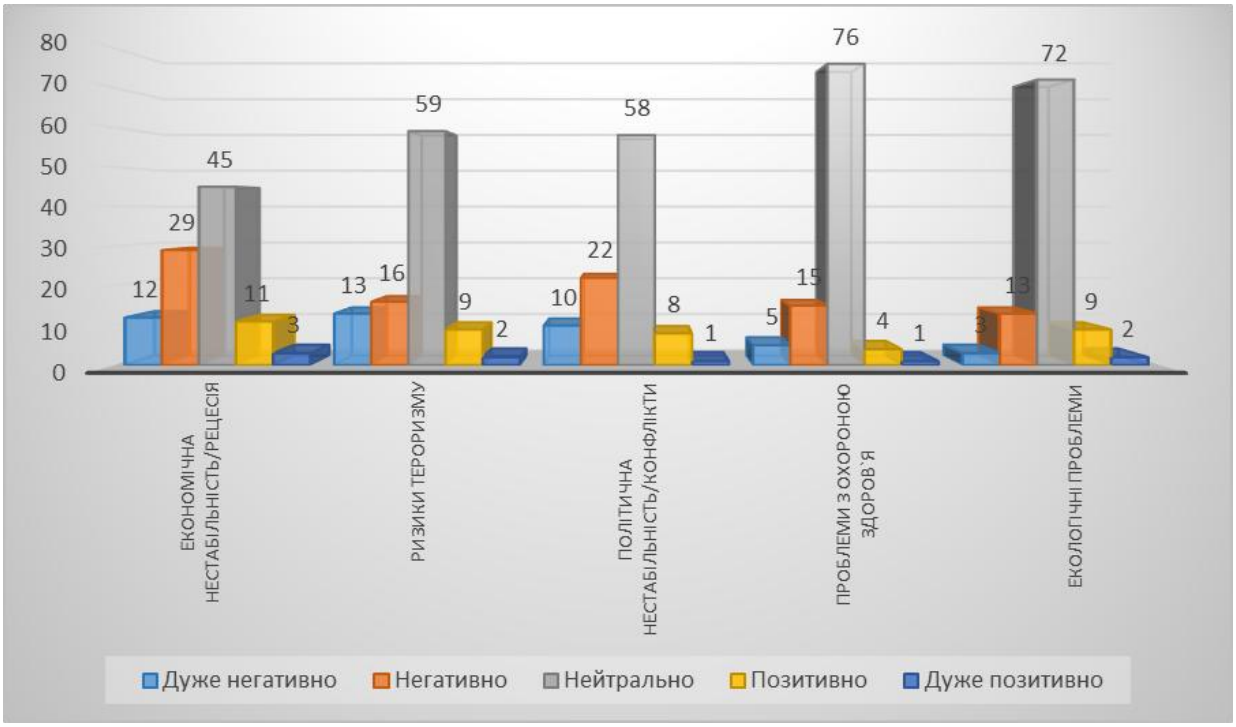


Рис. 1. Чинники, які впливають на розвиток молодіжного туристичного бізнесу у малих громадах

Джерело: сформовано та розраховано за даними [18].

Загалом, різні підходи до розвитку місцевого туризму в різних країнах дозволяють виділити різні національні моделі організації сільського туризму. Зокрема, європейська модель сільського туризму максимально відображає економічну, культурну та природну специфіку континенту. Лідерами регіону з туристичного бізнесу в малих громадах є Іспанія, Італія, Франція, Німеччина. У зазначених країнах присутня потужна державна підтримка розвитку сільського туризму та високий рівень спеціалізованої інфраструктури.

Зокрема, одним із лідерів у розвитку сільського туризму є Франція. Регіон Прованс славиться виноробними турами та екофермами. Натомість, у Італії (регіони Умбрія, Тоскана) агротуризм позиціонується одним із розвинених секторів, де туристам пропонується проживання на фермах, дегустації, майстер-класи, оздоровчі програми, що залучає значну кількість молоді.

Американська модель туристичного розвитку малих громад включає широкий спектр діяльності щодо відпочинку на природі, що сприяє підвищенню рівня життя місцевого населення, екологізації туризму, збереженню культурної спадщини. Популярності серед молоді набуває ранчо-туризм, що включає відвідування великих фермерських господарств, де туристи можуть насолоджуватися традиційними ранчо-активностями, фермерськими фестивалями, ринками.

Азіатський локальний туризм активно залучає потенціал культурної спадщини та національних традицій. Особливої популярності серед молоді здобули місцеві фестивалі та святкування, ремесла та релігійні обряди. Окремі країни створюють спеціальні туристичні об'єкти («VIP-села» або національні готелі в сільській місцевості), які пропонують туристам високий рівень сервісу та традиційну стилістику. Прикладами можуть слугувати вілли в Індонезії чи готелі-рьокани в Японії. Чимало азійських країн пропонують екотуризм та духовний туризм, який поєднує йогу, медитацію, йогу, аюрведичні практики, популярні серед сучасної молоді.

Серед інноваційних ініціатив у досліджуваній сфері варто виділити Європейський союз солідарності – формацію, що розширює практичні можливості для молоді (від 18 до 30 років) у контексті добровільної участі у різноманітних волонтерських проєктах: від допомоги в запобіганні наслідків стихійних лих до вирішення різнопланових соціальних проблем у локальних громадах. Більшість проєктів будуть зосереджені в просторі Європейського союзу.

Необхідно відзначити ще одну ключову тенденцію розвитку молодіжного студентського туризму – творчі та мовні подорожі. Сучасна молодь прагне активного особистісного розвитку, вдосконалення власних компетенцій, укріплення системи цінностей, збагачення духовного світу, розвитку крос-культурних навичок. Освітній туризм традиційно представлений міжнародною програмою Au Pair, доступною для молодих осіб віком 18-26 років. У рамках цієї програми молода особа проживає в іноземній родині та отримує унікальну можливість вдосконалення власної розмовної іншомовної та крос-культурної компетентності.

Молодь являє собою специфічну цільову аудиторію, що володіє певними особливостями поведінки, потребами, вподобаннями. З метою ефективного залучення молоді до туристичної діяльності, туристичним компаніям необхідно залучати актуальні маркетингові комунікаційні канали, зокрема:

1) соціальну мережу Інстаграм – для поширення привабливих фото та відео напрямків власної діяльності, презентації спеціальних пропозицій та комунікації з клієнтською аудиторією;

2) платформу TikTok – для створення та поширення вірусного контенту, що залучить увагу молоді до продуктів та послуг;

3) платформу YouTube – для викладу відеоконтенту про подорожі, путівників, співпраці з впливовими особами в туристичній сфері;

4) цільові туристичні додатки – для планування та бронювання подорожей, локацій розміщення тощо; при цьому, туристичні компанії можуть створювати власні мобільні додатки чи ефективно взаємодіяти з існуючими платформами для просування туристичних пропозицій молодій аудиторії;

5) мобільні додатки соціальних мереж – для щоденної комунікації, публікування контенту, спілкування зі своїми підписниками;

6) Інстаграмблогерів – для залучення допомоги інфлюенсерів з метою охоплення туристичними компаніями великої аудиторії молоді, шляхом публікації маркетингового контенту, просування ексклюзивних пропозицій серед підписників, поширення розповідей про власний досвід туристичної діяльності;

7) YouTube-блогери – для розширення клієнтської аудиторії серед молодих людей шляхом створення відеоконтенту, влогів тощо.

Таким чином, цифрові платформи і соціальні мережі, які стали наразі невід'ємною компонентою життя молодого покоління, доцільно ефективно застосовувати для розвитку і просування молодіжного туризму, зокрема – у межах невеликих громад. Мережа стає ідеальним місцем для розширення цільової аудиторії шляхом створення візуально привабливого контенту й розширення комунікаційних можливостей. Активне залучення потенціалу соціальних мереж і онлайн-платформ дозволить регіональному туристичному бізнесу розширити межі охоплення діючої й потенційної цільової аудиторії, інтенсифікувати рівень впізнаваності бренду й дестинацій, згенерувати продажі, підвищити рівень лояльності й довіри клієнтів, а також суттєво знизити маркетингові витрати. Е-маркетинг у сучасному вимірі передбачає можливості персоналізації досвіду, таргетовану рекламу і SEO-оптимізацію, що підіймає загальну ефективність туристичного бізнесу в малих громадах.

Варто відзначити, що динаміка трендів розвитку молодіжного туризму є характерною для усього світового туристичного співтовариства. Це засвідчила значима подія у туристичній сфері – ITB Berlin 2023 [19]. Галузева конференція і туристичне шоу залучають лідерів глобальної туристичної індустрії, репрезентують ключові тенденції й розвивають необмежений потенціал для подорожей і галузевого бізнесу. Власне, ITB являє собою платформу для регулярного оновлення трендів, викликів і рішень у туристичній індустрії, з залученням авторитетних експертних думок.

У період з 7 по 9 березня 2023 року на Міжнародній туристичній біржі в Берліні ITB Berlin для професіоналів галузі був доступний сегмент «Молодіжні подорожі та розміщення». Як

засвідчив авторитетний захід, молодь сьогодення надає перевагу екологічному і соціально відповідальному туризму. В даному контексті проявляють активність численні міжнародні компанії для молодіжних подорожей і розміщення, у тому числі мережі хостелів і готелів зі світовим ім'ям, такі як Joe & Joe, Swiss Youth Hostels, Meininger, Generator, Hans Brinker, а також організації, що розвивають волонтерські послуги у міжнародному масштабі й програми обміну (SYTA, Green Lion, Cornwall Plus).

Одним з перспективних напрямів розвитку молодіжного туризму в Європі є велосипедний туризм. Зокрема, Європейська федерація велосипедистів пропагує активні дії щодо заохочення і стимулювання інтенсивного поступу велосипедного руху як в межах Європи, так і за ними, розвиток велосипедної політики на загальноєвропейському рівні, позиціонування велотуризму як чиннику стійкого економічного розвитку та екологічно чистого виду транспорту, підкреслюючи значимість велоспорту для покращення рівня здоров'я [19].

Трендсеттери у туризмі акцентують на важливості апгрейду сучасного туристичного ринку для осіб молодше тридцяти років у напрямку стійкості, гібридних хостелів, цифровізації [19]. У межах Берлінської конвенції ITB керівники провідних туристичних компаній WYSE Travel Confederation та WeTravel поділились практичним досвідом щодо важливості молодіжного туризму для місцевого розвитку, у тому числі в контексті формування стратегії молодіжної політики, розвитку дестинацій та кар'єрних перспектив молоді.

Насамкінець, серед основних проблем у сфері молодіжного туризму варто виокремити необхідність апгрейду укоріненої системи соціального туризму в окремих регіонах, подолання практичної недоступності туризму для молоді з малозабезпечених верств населення, необхідність заміни ризикового самодіяльного туризму на обґрунтовані пропозиції відпочинку для молоді. Загалом, феномен молодіжного туризму потребує підвищеної уваги органів управління і молодіжних організацій для зростання доступності молодіжного туризму та створення сприятливих умов для розвитку молоді, формування системи пільг та практичної підтримки молодіжних галузевих ініціатив. Зазначене сприятиме не лише розвитку молодіжного туризму як сектору туристичного бізнесу, але й стійкості малих громад, інтенсифікації їх соціально-економічного зростання.

6. Висновки

Глобальні тенденції засвідчують зростання частки молодіжного туризму в загальній структурі туристичної індустрії, що зумовлює підвищений інтерес до нього як ефективного шляху підвищення економічної стійкості малих громад. Як свідчить успішна міжнародна практика, молоде покоління диктує власні тренди на потреби в туризмі, зокрема, адаптивність пропозиції до гнучкого попиту, залучення онлайн-платформ, соціальних мереж та цифрових технологій туристичного сервісу для постійної підтримки зворотного зв'язку, персоналізацію досвіду та індивідуалізацію туристичного продукту. При цьому, сфера молодіжного туризму потребує залучення державних управлінських формацій та органів місцевого самоврядування для розвитку програм співфінансування подорожей молоді, розвитку грантових проєктів, становлення молодіжного туризму одним із ключових напрямків молодіжної політики, що сприятиме виробленню ефективного системного підходу до сприяння всебічному розвитку молоді.

Молодіжний туризм, без сумнівів, розглядається драйвером поступу туристичного бізнесу в малих громадах, чим пояснюється активна увага глобальних туристичних бізнес-формацій до цієї сфери індустрії. Напрям приносить стабільний дохід представникам середнього і малого бізнесу, сприяє створенню нових робочих місць, розвитку місцевих дестинацій. Ефективне залучення можливостей е-маркетингу й соціальних платформ, при цьому, дозволяє розширювати аудиторію молодіжного туризму, популяризує локації й створює сприятливі передумови для інвестиційної діяльності.

Перспективи майбутніх досліджень проблематики молодіжного туризму вбачаються у розширеному аналізі організаційно-економічних механізмів розвитку сектору в умовах кризових суспільних явищ.

References

1. Global Youth Tourism Summit. (n.d.). *About GYTS*. https://gyts.org/about/
2. World Economic Forum. (2025). *Our Mission*. https://www.weforum.org/about/world-economic-forum/
3. Golovko, A. (2021). Molodizhnyy turyzm u konteksti staloho rozvytku [Youth tourism in the context of sustainable development]. In *6th International Youth Congress "Sustainable development: environmental protection. Energy efficiency. Balanced nature use" collection of materials* (p. 222). Lviv: Western Ukrainian Consulting Center LLC. https://doi.org/10.23939/book.ecocongress.2021 (in Ukrainian)
4. Bondarenko, L. A. (2023). Doslidzhennya prohram rozvytku turyzmu v rehionakh Ukrayiny [Research on tourism development programs in the regions of Ukraine]. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe – Industriya turyzmu i hostynnosti v Tsentralniy ta Skhidniy Yevropi*, (8), 5–10. https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-1 (in Ukrainian)
5. Romanova, A. A. (2021). Molodizhnyy turyzm yak trend suchasnoyi turystychnoyi industriyi [Youth tourism as a trend of the modern tourism industry]. *Problems and prospects of economics and management - Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*, *1*(13), 47–54. http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/147125 (in Ukrainian)
6. Tyshchenko, V. O., Kovalenko, Yu. O., Tovstopyatko, F. F., & Pariy, S. B. (2025). Molodizhnyy turyzm u konteksti psykholoho-pedahohichnoho suprovodu ta wellness-tekhnolohiy v osvitn'omu prostori ZVO [Youth tourism in the context of psychological and pedagogical support and wellness technologies in the educational space of higher education institutions]. *Pedagogical Academy – Pedahohichna Akademiya,* (18). https://doi.org/10.5281/zenodo.15441438 (in Ukrainian)
7. Trunina, I. M., & Latyshev, K. O. (2020). Marketynhove doslidzhennya spozhyvats'kykh perevah molodi v haluzi turyzmu [Marketing research of consumer preferences of young people in the tourism industry]. *Tavria Scientific Bulletin. Series: Economics – Tavriyskyi naukovyi visnyk. Seriia: Ekonomika*, (3), 115–122. https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.3.15 (in Ukrainian)
8. Ivchenko, L. O., & Grudetska, Y. A. (2020). Vykorystannya sotsial'nykh merezh dlya formuvannya imidzhu turystychnoho pidpryyemstva [Using social networks to shape the image of a tourism enterprise]. *Young scientist – Molodyi vchenyi*, *1*(2), 250–254. http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_1(2)__33 (in Ukrainian)
9. UN Tourism. (2025). *About UN Tourism About UN Tourism*. https://www.unwto.org/who-we-are
10. World Travel & Tourism Council (2025). *The World Travel & Tourism Council (WTTC) represents the global Travel & Tourism private sector*. https://www.wttc.org
11. Kozlovsky, E. (2017). Osoblyvosti vykorystannya mobilnykh tekhnolohiy i sotsialnykh merezh u turystychnii diyalnosti [Peculiarities of using mobile technologies and social networks in tourism activities]. *Culturological Opinion – Kulturolohichna dumka*, (11), 240–246. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kultdum_2017_11_27 (in Ukrainian)
12. Caber, M., Albayrak, T., & Crawford, D. (2020). Perceived value and its impact on travel outcomes in youth tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, (31), 100327. https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100327
13. Saikia, A. A., & Goswami, C. (2019). The concept of youth tourism as a distinct tourism market segment: A review of literature. *Asian Journal of Multidimensional Research, 8*(5), 137–149. https://doi.org/10.5958/2278-4853.2019.00208.8
14. Šaparnienė, D., Mejerė, O., Raišutienė, J., Juknevičienė, V., & Rupulevičienė, R. (2022). Expression of behavior and attitudes toward sustainable tourism in the youth population: A search for statistical types. *Sustainability, 14*(1), 473. https://doi.org/10.3390/su14010473
15. Robinson, R. N., Baum, T., Golubovskaya, M., Solnet, D. J., & Callan, V. (2019). Applying endosymbiosis theory: Tourism and its young workers. *Annals of Tourism Research*, (78), 102751. https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102751
16. Sun, Y. Y., Li, M., Lenzen, M., Malik, A., & Pomponi, F. (2022). Tourism, job vulnerability and income inequality during the COVID-19 pandemic: A global perspective. *Annals of Tourism Research Empirical Insights, 3*(1), 100046. https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100046
17. WYSE Travel Confederation. (2025). *About WYSE Travel Confederation*. https://www.wysetc.org/about/
18. Kester, J. (2016). Change and Innovation: The Digital Revolution and the Millennial Traveller. In *5th Global Summit UNWTO on City Tourism "Cities: Local Culture for Global Travellers"* (1–2 November). Luxor, Egypt.
19. ITB Berlin. (2023). *ITB Berlin 2023: Generation Wanderlust is the focus of the Youth Travel and Responsible Tourism segments*. https://www.itb.com/en/press/press-releases/news_7746.html (in Ukrainian)