

Особливості розвитку молодіжного туризму Житомирського регіону

Ярмолюк Д.І.

асистент кафедри менеджменту і туризму
Житомирського державного технологічного університету

У статті розглядаються питання молодіжного туризму, вплив його на внутрішні соціальні та культурні контакти. Виявлені потреби молоді щодо змісту туристичних послуг. Зазначені причини, що стримують розвиток молодіжного туризму. Запропоновані шляхи вирішення проблем молодіжного туризму.

Ключові слова: турист, молодіжний туризм, атракції.

Ярмолюк Д.И. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА ЖИТОМИРСКОГО РЕГИОНА

В статье рассматриваются вопросы молодежного туризма, его воздействие на внутренние социальные и культурные контакты. Выявлены потребности молодежи относительно содержания туристических услуг. Указаны причины, сдерживающие развитие молодежного туризма. Предложены пути решения проблем молодежного туризма.

Ключевые слова: турист, молодежный туризм, аттракции.

Yarmolyk D.I. FEATURES OF YOUTH TOURISM DEVELOPMENT IN ZHYTOMYR REGION

The article deals with the issues of youth tourism: its impact on internal social and cultural contacts. The needs of young people regarding the content of tourist services have been identified. The reasons restraining the development of youth tourism are indicated. The ways of solving the problems of youth tourism are suggested.

Keywords: tourist, youth tourism, attractions.

Постановка проблеми. Умови розвитку економіки України спрямовують кожен галузь на пошук нових, альтернативних шляхів і методів виробництва на основі аналізу сучасного стану, окреслюючи майбутні перспективи розвитку. Ці процеси характерні для будь-якої галузі, у тому числі і для туристської, що спрямовує свої зусилля на отримання прибутку через задоволення туристських потреб населення, що відіграє важливу роль в економіці країни та справляє відчутний вплив на світове господарство: розвиває економіку, сприяє формуванню позитивного іміджу регіону та дає змогу загострити увагу на проблемах розвитку суспільства.

Переміщення людей в туристських цілях охопило всі країни земної кулі і стало повсякденною реальністю [4, с. 40]. У результаті цього туризм набуває динамічного розвитку. Розвиток молодіжного туризму будь-якого регіону України сьогодні особливо актуальний, оскільки саме цей вид туризму дає змогу в юному віці пізнати не тільки свою країну, а й весь світ, тобто виконує патріотично-виховну місію. Також у системі регіонального туристського розвитку особливе і значне місце сьогодні відводиться молодіжному туризму.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Дослідженню розвитку туризму при-

свячені наукові праці Т.А. Дьорової, В.А. Зінченко, В.А. Квартальнова, В.К. Федорченка, В.В. Худо, В.І. Цибухи, М.П. Мальської, Г.Ф. Шаповал та ін. Ці автори узагальнили та систематизували матеріали стосовно вітчизняного туризму та його розвитку. Останнім часом почали проводитися дослідження стану, проблем та перспектив розвитку молодіжного туризму в Україні. Ці питання розкриті в роботах О.В. Колотухи, В.В. Обозного, М.Ю. Костриці, О.О. Остапця, Г.В. Палаткіна, І.Н. Пілата, О.О. Колесника, але більшою мірою інформація надається дозовано і в загальному аспекті розвитку туризму. Окрім того, маємо досить розкомплектоване бачення його розвитку. Тому дослідження цього питання є актуальним та своєчасним.

Метою статті є дослідження особливостей функціонування та розвитку молодіжного туризму в умовах Житомирського регіону.

Виклад основного матеріалу. Молодіжний туризм з'явився близько півстоліття тому, проте тільки в останнє десятиліття він почав активно розвиватися. У 1995 р Європейський комітет із туризму (ЕТС) визначив, що молодіжний туризм становив 23% світового туризму; до 2008 р молодіжний туризм становив 20–25% світового туризму. Сьогодні молодь становить 26% чисельності світового населення, а отже, і

тенденції розвитку молодіжного туризму збільшуються. Ці цифри показують, що молодь сьогодні бере участь у подорожах не менше, ніж інші частини населення, при цьому робить це частіше і довше, ніж раніше.

Туристами можна вважати осіб, які подорожують у місцях, що знаходяться поза межами їхнього постійного перебування, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою дозвілля і відпочинку, відвідування знайомих і родичів, вирішення службових питань тощо. На думку Г.В. Палаткіної, молодіжний туризм – спосіб передачі новому поколінню накопиченого людством життєвого досвіду і матеріально-культурної спадщини, формування ціннісних орієнтацій, морального оздоровлення та культурного розвитку нації, один зі шляхів соціалізації особистості [8, с. 25]. М.Д. Біржаков визначає молодіжний туризм як конкретний вид туристської діяльності юнацтва та підлітків, що реалізується як на регіональному, так і на національному рівнях [2, с. 138].

Школярі і студенти вважаються найбільш подорожуючими сегментами населення земної кулі. Водночас ціновий фактор має вирішальне значення для представників цієї категорії. Студенти-мандрівники – це: 1) економні споживачі, які купують туристські продукти, послуги та маршрути відповідно до їх індивідуальних потреб, інтересів і гаманцю; 2) більшість молодих людей, які бажають відпочивати так, як їм подобається, самі планують та організують своє дозвілля, обираючи час навчання або канікул; 3) молодь відрізняє оперативність у прийнятті рішень туристичного характеру та бажання за короткий період часу отримати максимальну кількість атракцій за умови гнучкої ціни; 4) вони заповзятливі, для них подорожі становлять невід'ємну частину їхнього життєвого досвіду.

Молодіжний туризм справляє позитивний вплив на місцеву економіку. Дослідження Всесвітньої конфедерації подорожей молодих студентів і викладачів (WYSE Travel Confederation) доводять, що загальні туристські витрати молоді збільшуються швидше, ніж туристичні витрати інших категорій населення (в середньому зростання становить 8% на рік). Молоді туристи зазвичай подорожують частіше і затримуються довше, і тому витрачають більше, ніж туристи середнього віку, незважаючи на те, що їхні щоденні витрати скромніші. Грошові суми, які в середньому витрачають молодь і студенти, за останні 5 років збільшилися на 40% – до 1900 євро за поїзду [3].

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

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

ISIC – International Student Identity Card (міжнародне посвідчення особи і статусу учня/студента), є єдиним визнаним у світі посвідченням особи та статусу учня. Це посвідчення випускається в 120 країнах світу, надає понад 41 тис. знижок та пільг власникам посвідчення. Програма підтримується на державному рівні і налічує 4,5 млн членів спільноти ISIC. Власниками ISIC можуть стати учні загальноосвітніх шкіл у віці від 12 до 18 років, студенти та аспіранти денних і вечірніх відділень державних і комерційних навчальних закладів. Вартість посвідчення для України становить 200 гривень [1].

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

Досліджуючи Житомирську область, можна стверджувально зазначити, що вона є привабливим туристично-рекреаційним регіоном для молоді і характеризується достатнім обсягом рекреаційних, історичних, культурних

ресурсів. Згідно зі статистичними даними за 2016 рік, область наділена певним потенціалом для розвитку молодіжного туризму: 70 готелів (16 з яких розташовані у м. Житомирі) та інших місць тимчасового розміщення, 6938 нерухомих пам'яток історії та культури, з них 1924 – археології, 4622 – історії, 29 – монументального мистецтва та 363 – архітектури та містобудування, а також 213 об'єктів природно-заповідного фонду (заповідники, заказники, пам'ятки природи, дендропарки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва), а також збережені національні традиції і фольклор, історико-культурна спадщина Полісся, розвинена транспортна інфраструктура, наявні лісові та водні ресурси.

Потужний молодіжний туристичний потенціал – музеї, які відомі не лише в Україні, але й за її межами. Вся багатотисячолітня історія Житомирського краю зібрана науковцями, краєзнавцями і зберігається в музеях Житомирщини, адже музеї є джерелами пізнання молоддю історичного, культурного розвитку регіону та основним товаром, який повинна пропонувати туристична фірма в екскурсійних турах [5, с. 75]. У 2016 році в області діяли 1 мистецький, 1 природничий, 1 художній, 1 галузевий, 2 літературних, 7 історичних та 9 комплексних музеїв [9].

Також дослідження ринку дають змогу говорити про те, що в 2017 році найбільш затребу-

ваними в індустрії молодіжних розваг є чотири категорії: концерти, кіно, театри і фестивалі. Частка цих категорій розподілилася так: лідер індустрії – концертна сфера (49%), далі йде кіно (23%), театри (17%), фестивалі (8%), незначна частка припадає на інші активності (3%). Обсяг концертного ринку Житомирщини в 2017 році залишився на рівні 2016-го і налічує три концертні організації, але, з іншого боку, індустрія, як і раніше, відновлюється. Говорячи про молодіжні розваги, не можна не сказати про кіно – один із найпопулярніших видів дозвілля, незважаючи на те, що становить туристичну атракцію лише у комплексі з іншими складовими елементами. На 2016 рік кількість демонстраторів фільмів становить 20, що у змозі задовольнити 115,3 тис. глядачів. Третьою за популярністю атракцією молодих Житомир'ян є театр, по регіону їх налічується два. Ця розвага є однією із найдоступніших після кінематографу. Велику роль у зростанні інтересу глядачів до театру сьогодні відіграє інтернет. Більшість із запропонованих вистав активно обговорюються в соцмережах, часто викликають полеміку і тим самим привертають додаткову зацікавленість [12].

Наскільки активно використовує доступні атракції і проводить вільний час молодь, можна побачити на рисунку 1. Загалом спостерігається тенденція до зростання кількості глядачів на виставах, концертах та музеях.

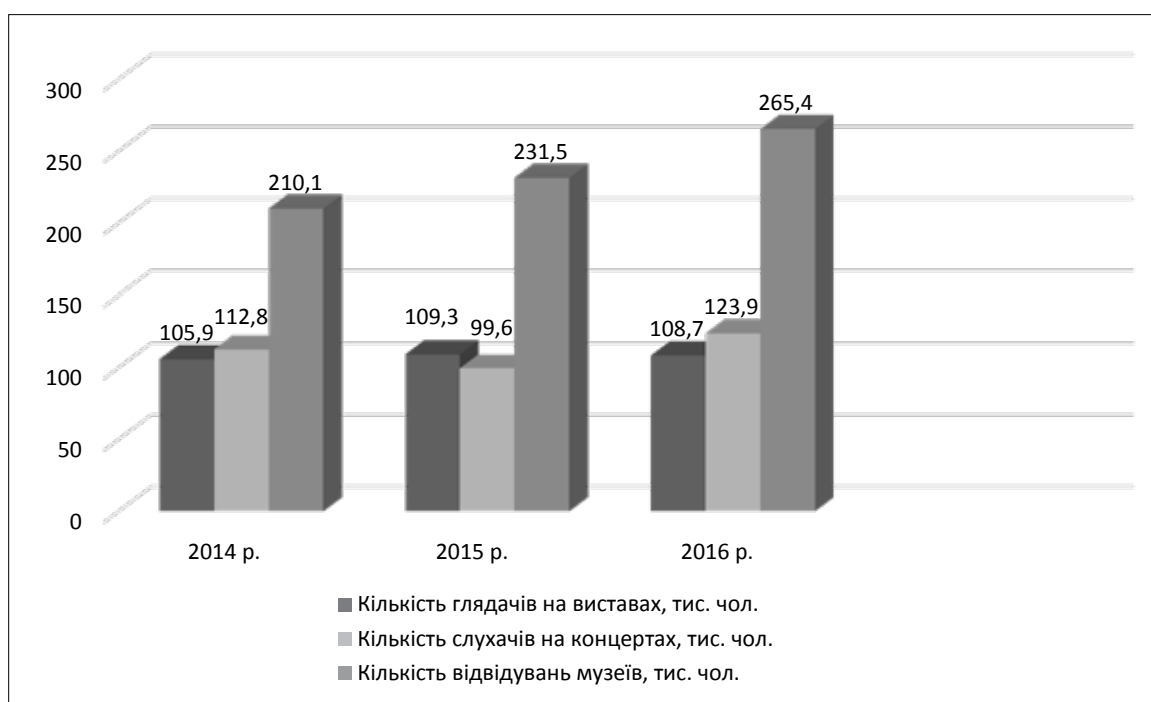


Рис. 1. Обсяги відвідувань музеїв, вистав та концертів

Окрім зазначених широковживаних та доступних атракцій, молодь із задоволенням використовує бальнеологічні ресурси. Поліському регіону природно притаманні озерні, річкові і лісові ландшафти. На території Житомирщини налічується три гідрологічні заказники. Бальнеологічні ресурси представлені радоновими лікувальними водами, торфовими та сапропелевими лікувальними грязями [7, с. 212].

Ще одним свідченням туристичної привабливості Житомирщини є динаміка туристичних потоків, зокрема кількість туристів, що відвідали регіон протягом 2005–2016 років (рисунок 2). Житомирщина наділена різнобарвним туристичним потенціалом, який, на жаль, використовується недостатньо [6, с. 41].

Неналежне використання туристичних можливостей Поліського регіону (рис. 2) відображаються у негативній динаміці туристичних потоків у регіон за 2005–2016 роки та свідчать про їхнє нерівномірне зростання. Цю тенденцію можна пояснити недосконалістю туристичної інфраструктури Житомирської області, невідповідністю сервісних умов європейським стандартам, недостатньою поінформованістю потенційних екскурсантів про туристичні ресурси регіону, безвідповідальним ставленням місцевого населення до навколишнього середовища в межах історичних ареалів м. Житомира та відсутністю контролю і господарського ставлення місцевої влади до таких історичних місць.

На популяризацію туризму серед молоді, підтримку молодіжних ініціатив у туристич-

ній сфері, розвиток інфраструктури молодіжного туризму в Україні спрямована діяльність туристичних молодіжних організацій. Молодіжний туризм є важливим складником галузей охорони здоров'я, фізичної культури, засобом духовного, культурного і соціального розвитку особистості. Останнім часом активно пропагується і відчутна діяльність громадських молодіжних організацій туристичного спрямування, які виконують оздоровчу, виховну, освітньо-пізнавальну функції.

Ще одним аспектом якісного формування інфраструктури молодіжного туризму є надання молоді можливості вільного пересування різними доступними видами транспорту, а також пішки. Однак для велотуристів не створено спеціальних трас, недостатньою є кількість облаштованих місць для паркування велосипедів. Вирішення зазначених проблем дасть змогу молодіжному туризму розвиватися більш активно, тому що подорожі для молоді – це стиль життя розвиненого соціального суспільства.

Варто зазначити, що регіон, у якому передбачається стимулювати розвиток молодіжного туризму, повинен включати відповідні складники, такі як засоби розміщення, заклади харчування, транспортна інфраструктура, об'єкти туристичного інтересу. З цього погляду привабливість Житомирської області перспективна для розвитку молодіжного туризму. Важливу роль відіграє наявність засобів розміщення для молодих туристів – хостели, молодіжні турбази, літні табори відпочинку. На 2016 рік у

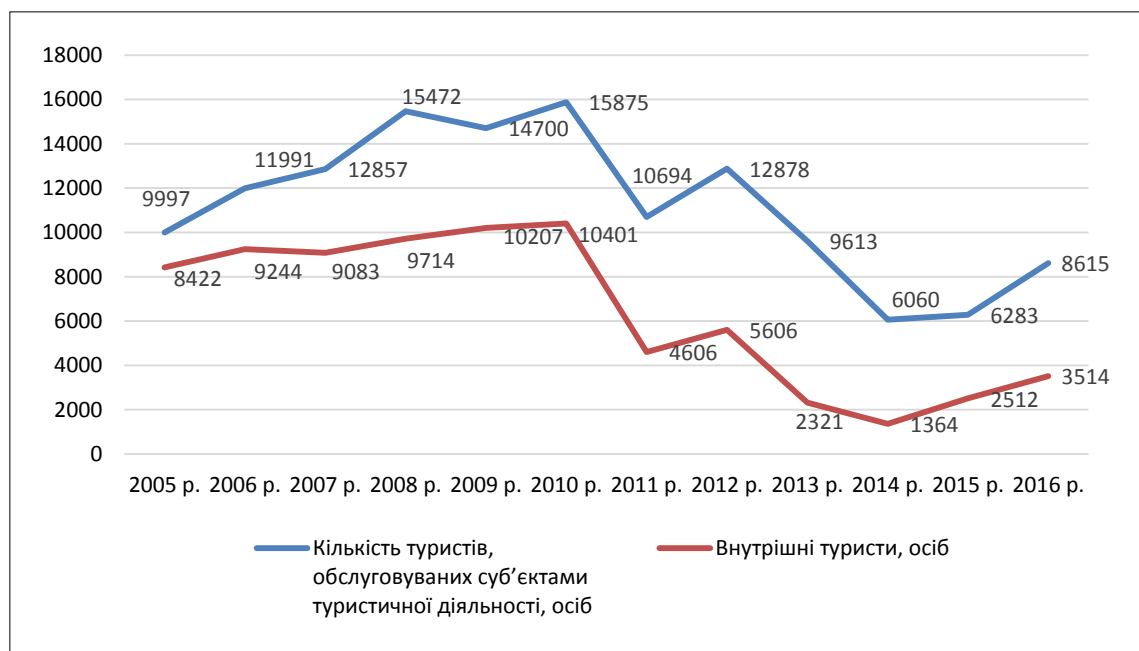


Рис. 2. Туристські потоки Житомирської області за 2005–2016 роки

Житомирському регіоні налічується 70 готелів та засобів колективного розміщення, серед яких 52 готелі, 2 мотелі, 1 хостел та 1 гуртожиток для приїжджих [9]. Незважаючи на будівництво та введення в експлуатацію нових хостелів, рівень розвитку засобів розміщення бюджетних туристів в області не може задовольнити наявний попит. Крім цього, якість обслуговування в них не завжди збігається з очікуваннями гостей і часто не відповідає заявленому рівню. Як уже було зазначено, ціновий фактор відіграє ключову роль для молоді, тому що становить основу витратного складника ціни всього турпакета. Отже, наявність недорогого засобу розміщення, розташованого недалеко від центру міста, найбільших DESTИНАЦІЙ або місць концентрації певних заходів подієвого характеру буде перевагою для туроператора, який формує турпродукт і має договірні відносини з цим закладом.

Крім зазначених напрямів активізації молодіжного туризму, Житомирська область має перспективи для формування власного турпродукту в різних видах туризму, в тому числі цікавому молоді: активному, пізнавальному, екологічному, подієвому (фестивальному), агротуризмі (сільському зеленому), етнологічному тощо [11, с. 12].

На Житомирщині регулярно відбуваються різні пісенні, літературно-поетичні, мистецькі, етнографічні та інші фестивалі, які останнім часом стали дуже популярним серед молоді.

З урахуванням наведених даних область могла б розвивати сільський, зелений, культурний та світоглядний туризм, які можуть бути складовими частинами молодіжного. Такий розвиток значною мірою залежатиме від ефективності взаємодії різних гілок місцевої влади, приватного бізнесу, громадського сектору та наукових закладів.

Якщо Житомирщина не буде планувати розвиток та інвестувати в молодіжний туризм, активно розвиваючи та просуваючи свою унікальність для відвідувачів, то його мешканці втратять ті переваги, які сьогодні пропонує туристська галузь, і цими перевагами скористаються інші регіони. Водночас не вся територія області сприятлива для розвитку молодіжного туризму, зокрема окремі території, забруднені внаслідок катастрофи на Чорнобильській АЕС. Для задоволення потреб молоді передбачається розвивати туризм за двома напрямками. Перший – відпочинковий та світоглядний на базі природно-заповідного фонду, наявних лісових та водних ресурсів, пам'яток історії, археології, національних тра-

дицій і фольклору регіону. Другий – сільський, що забезпечує можливість поєднання розміщення туристів із вивченням сільських звичаїв та традицій безпосередньо в селах. Ці напрями розвитку туризму сприятимуть збереженню природи та традицій регіону.

Висновки. Житомирська область має значний культурно-історичний та досить великий природно-туристичний потенціал, який ще недостатньо використовується як туристський ресурс, проте його можливо і потрібно використовувати для організації молодіжної туристської діяльності. Географічне розташування області, розмаїття рослинного і тваринного світу, клімат і рельєф, геологічне і гідрологічне багатства дають змогу розвивати та пропонувати молоді різні атракції пізнавального та активного туризму. Цьому сприяє і досить розвинена мережа автомобільних доріг та залізничних шляхів. Розвинене сільське господарство та наявний у сільській місцевості житловий фонд разом зі скороченням робочих місць у галузі дає можливість додаткового заробітку селянам, що надаватимуть послуги у сфері агротуризму.

На Житомирщині найбільш перспективними напрямками молодіжної туристської діяльності слід вважати розвиток пізнавального, активного, екологічного й агротуризму. Подієвий туризм доцільно пов'язувати із термінами проведення фестивалів, туристичних та інших зльотів, змагань, конкурсів.

Але, незважаючи на те, що в області наявна значна кількість пам'яток історії, культури та архітектури, а також заповідників і заказників, розвиток молодіжного туризму відбувається повільно. Відсутня або перебуває в неналежному стані необхідна інфраструктура для розвитку цієї галузі, потенційні об'єкти туристичних маршрутів здебільшого потребують відновлення чи реставрації. Сільський зелений туризм у формі малого підприємництва, що на початковому етапі не вимагає значних державних інвестицій, а може задовольнитися використанням територій, наявного приватного житлового фонду, матеріальних статків сільських мешканців, має локальний характер.

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

ЛІТЕРАТУРА:

1. ISIC в Україні. URL: <http://isic.net.ua/>
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник / Биржаков М.Б. СПб.: Издательский Дом «Герда», 2008. 570 с.
3. Глобальний доклад «Сила молодіжного туризму» / сайт ЮНВТО. URL http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/2wyse_ultimoscambios.pdf
4. Грішнова О.А. Туризм і рекреація як чинники людського розвитку / О.А. Грішнова // Матеріали доповідей учасників другої науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою» (15-16 вересня 2006 року, Бердянськ) Бердянськ: АУІТ «АРИУ», 2006. С. 39–41.
5. Дунаєвська О.Ф. Виставкова діяльність музеїв Житомира як спосіб залучення відвадувачів і коштів / О.Ф. Дунаєвська, Н.О. Рябцева // Наукові читання. 2017. Житомир: Вид-во «Житомирський національний агро-екологічний університет», 2017. Т. 3. С. 74–77.
6. Давидова О.Г. Житомирщина – Поліський край // Позакласний час. 2012. № 1/2. С. 41–52.
7. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України: навчальний посібник / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.
8. Палаткина Г.В. Молодежный туризм: учебное пособие / Г.В. Палаткина. Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2012. 206 с.
9. Статистичний щорічник Житомирської області за 2016 рік: Головне управління статистики у Житомирській області. URL: http://www.zt.ukrstat.gov.ua/Publikacii/zbirnyky/zbirn_schor2016.pdf
10. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2020 року: Житомирська обласна державна адміністрація. URL: oda.zt.gov.ua/images/golovna/strategia_rozvytku/strategia_2020.pdf
11. Туристичні родзинки Житомирщини [буклет]. Житомир: Управління культури і туризму Жит. ОДА, ЖОМГО «Центр розвитку туризму», 2012. 12 с.
12. Які розваги популярні серед українців: концерти, кіно, театр. Журнал Новое Время. URL: <http://nv.ua/ukr/style/blogs/jaki-rozvagi-populjarni-sered-ukrajintsiv-blog-1363182.html>

REFERENCES:

1. ISIC v Ukraïni [ISIC in Ukraine] Available at: <http://isic.net.ua/> (accessed 21 January 2018).
2. Byrzhakov M.B. (2008) Vvedeniye v turyzm: uchebnyk [Introduction to tourism: Textbook]. St. Petersburg: Yzdatel'skiy Dom "Gerda". (in Russian).
3. Global'niy doklad "Sila molodizhnogo turyzmu" [The power of youth tourism] (2010) Sajt JuNVTO. Available at: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/2wyse_ultimoscambios.pdf (accessed 19 January 2018).
4. Grishnova O.A. (2006) Turyzm i rekreacija jak chynnyky ljuds'kogo rozvytku [Tourism and recreation as factors of human development]. Proceedings of the Informacijni tehnologii' v upravlinni turystychnoju ta kurortno-rekreacijnoju ekonomikoju (Ukrainian, Berdyansk, September 15–16, 2006), Berdyansk: АУІТ "АРИУ", – pp. 39–41.
5. Dunajevs'ka O.F., Rjabceva N.O. (2017) Vystavkova dijalnist' muzei'v Zhytomyra jak sposib zaluchennja vidvadvachiv i koshtiv [Exhibition activity of the museums of Zhytomyr as a way of attracting contributors and funds]. Zhytomyr: Vyd-vo "Zhytomyrs'kij nacional'nyj agroekologichnyj universytet", T. 3. pp. 74–77.
6. Davydova O.G. (2012) Zhytomyrshhyna – Polis'kij kraj [Zhytomyr Region – Poles'kyi kray]. Zhytomyr: Pozaklasnyj chas. pp. 41–52.
7. Ljubiceva O.O., Pankova Je.V., Stafijchuk V.I. (2007) Turystychni resursy Ukraïny: navchal'nyj posibnyk [Tourist resources of Ukraine: textbook]. Kiev: Al'terpres. (in Ukrainian).
8. Palatkyna G.V. (2012) Molodezhnyj turyzm: uchebnoe posobyje [Youth tourism: a manual]. Astrakhan: Yzdatel'skiy dom. Astrahanskiy unyversytet. (in Russian).
9. Golovne upravlinnja statystyky u Zhytomyrs'kij oblasti (2016) Statystychnyj shhorichnyk Zhytomyrs'koi' oblasti za 2016 rik [Statistical Yearbook of the Zhytomyr region in 2016], Zhytomyr: Available at: http://www.zt.ukrstat.gov.ua/Publikacii/zbirnyky/zbirn_schor2016.pdf (accessed 25 January 2018).
10. Zhytomyrs'ka oblasna derzhavna administracija (2015) Strategija rozvytku Zhytomyrs'koi' oblasti na period do 2020 roku [Strategy development of Zhitomir region for the period 2020], Zhytomyr: Available at: oda.zt.gov.ua/images/golovna/strategia_rozvytku/strategia_2020.pdf (accessed 27 January 2018).
11. Upravlinnja kul'tury i turyzmu Zhytomyr, Zhytomyrs'ka oblasna derzhavna administracija (2012) Turystychni rodzynky Zhytomyrshhyny [Tourist highlights Zhytomyr]. Zhytomyr: "Centr rozvytku turyzmu", 12 s.
12. Zhurnal Noveoe Vremja Jaki rozvagy populjarni sered ukrai'nciv: koncerty, kino, teatr [What kinds of entertainment are popular among Ukrainians: concerts, cinema, theater] (2017) Available at: <http://nv.ua/ukr/style/blogs/jaki-rozvagi-populjarni-sered-ukrajintsiv-blog-1363182.html> (accessed 29 January 2018).