

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ
УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кваліфікаційна робота

на тему:

**«ВИКОРИСТАННЯ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ
МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»**

Здобувачки вищої освіти

другого освітнього рівня (магістр)

спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

освітньої програми «Туризмознавство»

Колесник Єлизавети Андріївни

Науковий керівник:

кандидат культурології,

ст. викладач кафедри музейно-туристичної діяльності Мирослава ЯРІКО

Кваліфікаційна робота допущена до захисту рішенням кафедри
музейно-туристичної діяльності

Протокол №__ від «__» грудня 2024 року.

Завідувач кафедри _____ проф. Анатолій ЩЕРБАНЬ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Історія дослідження молодіжного туризму.....	7
1.2. Використання сучасних технологій як один з провідних трендів молодіжного туризму.....	14
1.3. Особливості використання ІТ-технологій	19
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І РОЗРОБКА ІТ-РІШЕНЬ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	
2.1. Використання ІТ-технологій в українському туризмі.....	24
2.2. Розробка проекту «InsideUA» мобільний застосунок для популяризації туризму серед молоді.....	28
Висновки до розділу 2.....	40
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

ВСТУП

Актуальність дослідження. Молодіжний туризм є одним з найдинамічніших сегментів туристичної галузі що активно розвивається. Молодь становить значну частину від всіх світових туристів та демонструє нові, інноваційні підходи до подорожей, надаючи перевагу цифровим інструментам, персоналізованим маршрутам та економічно доступним варіантам відпочинку. В умовах сучасного світу дуже важливу роль займає гейміфікація та цифровізація світу. Так само зростає популярність та актуальність різноманітних мобільних додатків і платформ що значно спрощують процес планування подорожей а також допомагають досліджувати сучасні тренди у світовому туризмі. Тож особливої уваги заслуговує розвиток молодіжного туризму в Україні. Розробка мобільного застосунку для молодих туристів «insideUA» сприятиме задоволенню потреб безпосередньо молодій аудиторії в доступності, зручності для планування та перебування в подорожах.

Мета дослідження – вивчити сучасні тренди молодіжного туризму та розробити концептуальну модель мобільного додатку що буде спрямований на популяризацію внутрішнього туризму серед молодих туристів України.

Задля досягнення мети було поставлено такі завдання:

1. Дослідити історію розвитку молодіжного туризму.
2. Проаналізувати використання сучасних технологій як одного з провідних трендів молодіжного туризму.
3. Визначити особливості використання ІТ-технологій в сучасному туризмі.
4. Проаналізувати використання ІТ-технологій на туристичному ринку України.
5. Розробити проєкт мобільного застосунку «insideUA» для популяризації локального туризму серед молоді.

Об'єктом дослідження є молодіжний туризм.

Предмет дослідження – ІТ-технології у молодіжному туризмі

Методи дослідження включають:

- Аналіз літератури та вторинних джерел для вивчення основних тенденції та перспектив.
- Порівняльний аналіз існуючих мобільних застосунків для оцінки їх відповідності потребам цільової аудиторії.
- Методи моделювання для розробки та візуалізації концепції додатку insideUA.

Аналіз використаної літератури. Дослідження молодіжного туризму як окремого сегмента туристичної індустрії стало основою для аналізу потреб і вподобань молоді у сфері подорожей. Праці українських дослідників, таких як М. М. Мельничук [1], висвітлюють питання класифікації молодіжного туризму за віковими категоріями, а також визначають його унікальні характеристики. К. С. Калачян [2] звертає увагу на рекреаційні аспекти молодіжного туризму, зокрема роль туризму у формуванні культурного й соціального капіталу молоді. Ці роботи дали змогу зрозуміти, що молодіжний туризм є важливим інструментом для залучення молоді до активного способу життя, культурного обміну та соціалізації.

Цифрові інструменти у молодіжному туризмі. Роль цифрових технологій у популяризації молодіжного туризму широко висвітлена у публікаціях Hostelling International [3] і Couchsurfing [4]. Зокрема, дослідження показують, що платформи для обміну житлом та бюджетного проживання, як-от Couchsurfing, значно знижують витрати на подорожі, роблячи їх доступними для молоді. Аналіз функціональності мобільних додатків, таких як Skyscanner [15] і Hostelworld [18], показав, як сучасні технології допомагають молоді планувати маршрути, шукати житло і знаходити найкращі пропозиції.

Сталий розвиток у молодіжному туризмі. Екологічна свідомість є однією з ключових тенденцій сучасного молодіжного туризму. Звіти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [5] і матеріали Rainforest Alliance [14] наголошують на важливості інтеграції принципів сталого

розвитку в туристичні послуги. Це включає мінімізацію впливу на довкілля, підтримку локальних громад і збереження культурної спадщини. Ця інформація лягла в основу рекомендацій щодо адаптації InsideUA до екологічних запитів молодіжної аудиторії.

Інформаційні матеріали супроводу програм Erasmus+ [11] і Global Volunteer [12] дають унікальні можливості для мобільності молоді, включаючи участь у волонтерських проєктах та культурному обміні. Вивчення цих програм дало змогу зрозуміти, як міжнародний досвід може бути адаптований для внутрішнього туризму в Україні. Інформація, отримана з цих джерел, стала основою для розробки функціональних можливостей мобільного додатку InsideUA.

Аналіз практичних аспектів роботи мобільних додатків, таких як Airbnb [17], Skyscanner [15], та Hostelworld [18] було використано задля адаптації їх найкращих рішень для InsideUA. Особливу увагу було приділено інтеграції картографічних сервісів, таких як Google Maps [24] і Mapbox [25], для створення інтерактивних маршрутів і підвищення зручності користувачів. Аналіз технологічних рішень, таких як Flutter [23], Firebase [26] і Node.js [27], дав змогу оцінити технічні можливості розробки додатків, які будуть оптимізовані для молодіжної аудиторії.

Матеріали Державного агентства розвитку туризму України [6] і дослідження платформи Visit Ukraine [29] підкреслюють потенціал внутрішнього туризму як драйвера економічного розвитку регіонів. Особливу увагу приділено популяризації маловідомих туристичних напрямків серед молоді, зокрема через мобільні платформи. Це дозволяє створювати туристичні продукти, які відповідають сучасним очікуванням молодих мандрівників.

Аналіз історії молодіжного туризму, представлений у лекційних матеріалах ЗНУ [8] і статтях про Grand Tour [10], дав змогу простежити еволюцію цього напрямку. Історичні дані стали основою для порівняння

традиційних та сучасних трендів у туризмі, що сприяло формуванню цілісного підходу до розробки нового продукту.

Практичне значення роботи полягає в тому що її результати можуть бути використані для вдосконалення існуючих і впровадження нових інструментів що будуть спрямовані на розвиток внутрішнього туризму на території України. Запропонований мобільний застосунок insideUA стане ефективним інструментом для просування внутрішнього туризму серед молоді, що сприятиме кращому ознайомленню з природними та культурними цінностями України, розвитку локальних туристичних ініціатив і підвищення конкурентоспроможності українського туристичного ринку.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому що:

- Вперше в українському туризмі розглядається інтеграція сучасних цифрових технологій в розвиток молодіжного туризму на прикладі розробки мобільного застосунку InsideUA;
- Систематизовано сучасні тренди та тенденції молодіжного туризму з акцентом на збереження екології, цифровізацію та персоналізацію туристичних послуг конкретно під кожного окремого туриста;
- Запропоновано концепцію мобільного застосунку що враховує всі потреби молоді та адаптований під локальний туризм на території України та популяризацію маловідомих куточків.

Структура роботи: вступ, 2 розділи, висновки до розділів, загальні висновки, список використаних джерел із 31 найменувань, 10 додатків на сторінках. Загальний обсяг роботи 46 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Історія дослідження молодіжного туризму

Молодіжний туризм – різновид туризму, орієнтований на задоволення потреб молодих людей (тобто, людей віком від 14 до 35 років). Він включає в себе різні види подорожей з метою освіти, культурного збагачення, відпочинку, рекреації та соціалізації. Цей різновид туризму поєднує в собі активні та освітні заходи, такі як пригодницькі подорожі, спортивні заходи та просвітницькі екскурсії, що дозволяє молодим людям відкривати для себе нові місця, культури та цінності, часто за доступними цінами та у форматі активної взаємодії між учасниками [1].

Молодіжний туризм має особливе значення для світової системи туризму. Його частка щороку збільшується на 1,5 %, при цьому понад 40 % туристичного потоку сьогодні становлять люди віком до 30 років. Молодіжний туризм – це особливий вид туристської діяльності, орієнтований на молодь і підлітків, який реалізується не тільки в межах національних кордонів, а й на регіональному та глобальному рівнях [2]. Він охоплює практично всі види подорожей і характеризується віком мандрівників. Згідно з Всесвітньою туристською організацією, молодіжний туризм визначається як подорожі у віці від 14 до 35 років [2].

Традиційно молодіжним вважався туризм у якому брали участь особи від 14 до 30 років, таких діапазон був пов'язаний з економічними та соціальними особливостями тих часів коли більша частина молоді в віці 30 років перебувала на етапі навчання або на початку кар'єрного шляху. Відповідно, такі вікові рамки відповідали реальності, коли в молоді було більше часу але при цьому вони мали певні фінансові обмеження.

Однак з огляду на зміни в соціально-економічних сферах а також в силу зміни ритму життя молоді Всесвітня туристична організація (UNWTO) поновила класифікацію. Зараз же молодими туризм та ми вважають людей

саме від 14 до 35 років. Такі зміни зумовлені тим, що більша частина молоді, особливо в розвинених та прогресивних країнах продовжує навчатися, стажуватися а також мають змогу змінювати місце проживання для роботи або професійного розвитку навіть після 30 років що дозволяє точніше відображати сучасні тренди та тенденції, де люди такого віку активно подорожують та відкривають нові можливості для отримання безцінного досвіду, практики, навчання та культурного обміну.

Молодіжний туризм може бути організованим та неорганізованим (або самоорганізованим). Організовані подорожі проводяться туроператорами або неурядовими організаціями, тоді як неорганізовані – це індивідуальні подорожі, організовані самостійно, до участі у яких можуть бути залучені друзі або члени родини. За статистикою, загальна частка молодіжного туризму на ринку туристських послуг становить понад 40% і має тенденцію до сталого зростання [1].

- Серед найпопулярніших різновидів молодіжного туризму можна назвати наступні:
- розважальний туризм (відвідування клубів, парків розваг, концертів і льодових ковзанок та ін.);
- освітній туризм (програми обміну студентами, які сприяють культурному обміну та вивченню мов). Так, досить популярними є програми Au pair, участь у яких дозволяє молодим людям віком 18-26 років жити в іноземній сім'ї, вдосконалювати свої навички володіння іноземними мовами та дізнаватися про інші культури;
- екстремальний туризм (ряд пригодницьких видів спорту, який включає: дайвінг, лижний спорт, рафтинг, каякінг, дослідження печер, альпінізм, скелелазіння та ін.) [1].

Нині молодіжний туризм в Україні розвивається стихійно і неорганізовано. Більшість туроператорів не пропонують туристичних продуктів спеціально для цієї категорії споживачів, а програми розвитку молодіжного туризму обмежені [2].

Історично молодіжний туризм, як специфічна форма туристичної діяльності, почав зароджуватися у Європі ще з 18 ст.

Цікаво, що відомий грандтур – одна з найпопулярніших форм туризму 18 століття – по суті також був молодіжним туризмом, оскільки мета таких турів була культурна та навчальна, а учасниками здебільшого діти багатих батьків того часу, зокрема молоді аристократи. Тривалість грандтурів складала кілька місяців і за цей час туристи відвідували і подорожували Європою зокрема до Англії, Італії, Франції та Німеччини так як ці країни вважались найбільшими культурними та науковими центрами тих часів [10].

Метою таких подорожей було не тільки пізнання світу, історії культурних та історичних пам'яток а й набуття безцінного досвіду та вдосконалення соціальних навичок, розширення світогляду. Молодь що проходили через грандтури мали можливість познайомитись з іншими країнами та культурами, отримати безцінні знання в різних галузях таких як література, мистецтво, філософія та навіть політика, це було вкрай важливо для їх майбутнього вищого соціального рівня. Не можна також не згадати знайомство з різними людьми в інших країнах – оскільки діти аристократів з віком ставали політиками, то такі знайомства були корисними не лише для них особисто, але й для їх країн [10].

Грандтури можна вважати ранньою формою просвітницького туризму, оскільки такі подорожі сприяли розвитку ерудиції і обізнаності молодих людей що мали достатньо великий вплив на суспільство і культуру своїх країн. Такий туризм можна вважати символом виховання аристократії. За мету ставилось не лише задоволення власних інтересів а й формування еліти через призму пізнання Європи [10].

Досить цікавою формою молодіжного туризму стають також подорожі молоді з інвалідністю – оскільки навчальних осередків було досить мало, то незрячі діти та підлітки, а також діти та підлітки з порушеннями слуху мали подорожувати до шкіл-інтернатів, а на канікули більшість з них також поверталася додому, що від початку формувало видимість людей з

інвалідністю у суспільстві та розширювало знання випадкових супутників подорожі щодо особливостей задоволення потреб людей з інвалідністю у суспільстві [9].

Для першої половини 20 ст. вагомим чинником розвитку молодіжного туризму стає поява таких організацій, як Міжнародна федерація молодіжних хостелів (IYHF) у 1932 році. Фактично поява організації спричинила зростання кількості хостелів та їх комунікацій між собою, а зростання кількості доступного житла для молодих людей сприяло зростанню кількостей їх подорожей [3].

У другій половині 20 століття можна говорити про пік розвитку. Однією з головних причин його появи стала післявоєнна ситуація в Європі, яка сприяла зростанню мобільності молоді. Перші організовані форми молодіжного туризму почали з'являтися в 1950-х роках, коли молоді люди групами виїжджали за кордон з метою навчання та культурного обміну.

У 1960-х і 1970-х роках молодіжний туризм почав стрімко розвиватися в усьому світі. У цей період також зросла популярність руху хіпі, коли молоді люди подорожували в пошуках нових вражень і культур [3].

Важливо зазначити що на радянських територіях від початку встановлення держави молодіжний туризм використовувався як форма ідеологічного виховання молоді та спосіб відірвати молодь від традицій та старших поколінь. Перші активні прояви молодіжної туристичної діяльності почались ще на початку 20 століття. Тоді в 1920-1930 роках стрімко розвивався туризм серед студентів також починались організовуватись перші обміни студентами та рухи молодіжних об'єднань [7].

В 1950-х роках почалось зародження та формування шкільного та юнацького туризму а період 1960-70-х років запам'ятався організацією рухів на міжнародному та регіональному рівнях, виникли перші туристичні об'єднання та організації [8].

Окремої уваги заслуговують студентські виїзди «на картоплю», які мають всі ознаки туристичної подорожі, але чи можна назвати організовані

групові поїздки з ціллю викопування картоплі або подібні акції молодіжним туризмом? Навряд чи. Це радше була примусова праця та експлуатація дитячої праці яка в адекватному правовому суспільстві вважається неприпустимою.

Радянський туризм сміливо можна назвати ідеологічним адже якщо люди хочуть подорожувати – будь ласка, подорожуйте, але територією країни. Поїздки в інші країни були суворо лімітовані і доступні не для всіх. В ті часи туризм мав тісний зв'язок з політикою та політичними цілями держави, він був не лише засобом відпочинку, перезавантаження, розваг а ще й важливим елементом ідеологічної пропаганди що спрямована на підкріплення соціалістичних ідей та зміцнення єдності співвітчизників. Варто зазначити що маршрути для подорожей були обмежені, людям демонстрували тільки те що вони мають бачити, а те що має лишитися невідомим просто оминали. Під час «екскурсій» були присутні супроводжуючі особи які контролювали процес і поведінку туристів. Водночас, не можна оминати й той факт, що існував стихійний молодіжний туризм, непідконтрольний державі. Проте його дослідження наразі ще тільки починається.

Загалом у світі стрімкого розвитку молодіжний туризм набрав в 1980-х роках, саме в цей час з'являються спеціально підготовлені люди які зараз називаються організаторами (туроператори) а туризм молоді отримує безумовну підтримку від держави [8].

Тоді ж в 1980-х роках молодіжний туризм стійко закріплюється і навіть вноситься і законодавчі акти різних країн та регламентується міжнародними документами. Прикладом цього є заключний акт наради з безпеки та співробітництва в Європі що датується 1975 роком та Манільській декларації що датується 1980 роком. В цих документах чітко зазначено що туризм серед молоді є надзвичайно важливим і потребує особливої уваги з боку агентів ринку, оскільки молодь має досить часу для подорожей, але часто не має достатньо фінансів, що обмежує її туристичний потенціал. Тож у документах підкреслюється важливість проведення особливої підтримки молодіжного туризму з боку держави та гравців ринку, необхідність створення сприятливих

умов, впровадження спеціальних програм та введення додаткових пільг для молоді [8].

По суті, можна справедливо стверджувати, що 1980-ті роки стали епохою молодіжного масового туризму. У міру зростання економіки і зниження цін на авіаквитки молоді люди стали частіше подорожувати світом. У цей період розвивалися програми студентського обміну та молодіжні фестивалі, що приваблювали молодих людей з різних країн [1].

2000-ті роки позначилися бурхливим розвитком технологій та появою нових можливостей. Поява доступного інтернету і соціальних мереж змінила систему планування поїздок та подорожей.

Окремо варто звернути увагу на міжнародні організації, які сприяють розвитку молодіжного туризму:

Всесвітній Молодіжний альянс (WYA) – це міжнародна організація, що об'єднує молодь з метою захисту прав людини та заохочення людської гідності. WYA проводить різноманітні культурні, освітні та соціальні заходи для молоді по всьому світу. Програми WYA включають волонтерство, культурний обмін та глобальні форуми [11].

Erasmus+. Підтримка дослідницьких поїздок, студентських обмінів, волонтерських програм та стажувань по всій Європі для студентів та молоді. Ця програма дозволяє студентам набути досвіду навчання за кордоном, покращити свої мовні навички та сприяти культурному обміну [12].

Міжнародна молодіжна організація AIESEC надає молодим людям можливості для стажувань та волонтерської діяльності за кордоном. AIESEC - це програма обміну, покликана допомогти молодим людям розвинути лідерські якості та підтримати соціальні проекти, щоб отримати досвід роботи в різних країнах [13].

ISIC – цікавий міжнародний проєкт, який дозволяє учням та студентам за умови наявності відповідного міжнародного посвідчення отримати досить серйозні знижки на квитки, ночівлі у хостелах, музейні квитки (також можуть бути взагалі безкоштовними) [14].

Культурний ландшафт – американська некомерційна організація, що займається програмами міжнародного обміну для студентів та молоді. Організація підтримує розвиток культурних, академічних та професійних обмінів за допомогою різноманітних стажувань, академічних програм та волонтерської діяльності [14].

Волонтери по всьому світу. Програма, яка надає волонтерські можливості молодим людям у різних куточках світу, особливо в галузі освіти, охорони здоров'я та розвитку громади. Учасники програми зможуть працювати над соціальними проектами, набуваючи досвіду та навичок, необхідних для кар'єрного зростання.

Кожна з них має різні акценти та цілі, а близько 30 організацій являються міжнародними.

Близько 25 мільйонів підлітків та молоді отримують можливість взяти участь в програмі міжнародного молодіжного обміну.

Окремо варто зазначити зростання популярності внутрішнього туризму після пандемії Covid-19, коли подорожі за кордон були не можливі в силу закритих кордонів. В той же час пандемія зумовила нові стандарти безпеки та організації подорожей. Це стало важливим фактором для молоді що хоче подорожувати у постпандемічній реальності. Карантинні обмеження, закриті кордони, обмеження в пересуванні та живому спілкуванні з однолітками змінили пріоритети, уподобання та способи подорожування всього світу. Але за зміною пріоритетів стоїть і зміна вибору напрямків.

Після пандемії молодь все більше звертає увагу на здоров'я та безпеку під час подорожей а також на можливості особистісного розвитку та самопізнання. Пріоритети змістилися до туризму який передбачає фокус на власному здоров'ї та його відновленні наприклад ментальний відпочинок. Цей напрямок включає – wellness-курорти, спа процедури, еко-курорти, санаторії, йогу та медитацію.

Також зросла популярність до відпочинку один на один з природою, кемпінги та гірські походи не втрачають своєї популярності і зараз хоча ще

кілька років тому молодь навіть і не замислювалась над такими видами туризму.

1.2. Використання сучасних технологій як один з провідних трендів молодіжного туризму.

Як вже зазначалося вище, молодіжний туризму розвивається надзвичайно динамічно та невинно удосконалюється, широко використовуючи сучасні технології та інновації. Зміни що відбуваються у глобальних тенденціях, соціально-економічному середовищі, та технологіях створюють нові можливості для молоді що прагне вивчати цей світ і зазирнути у всі його куточки, в той же час трансформуючи традиційну та звичну модель туризму.

Сьогодні молодіжний туризм зумовлює не лише відпочинок та розваги але є і важливим інструментом для розширення світогляду, особистісного росту молоді, культурного обміну, волонтерської та просвітницької діяльності. Один із ключових трендів що має вплив на розвиток цього виду туризму – інноваційні технології та масштабна цифровізація світу.

В сучасних реаліях молодь проводить 50% свого вільного часу в телефоні. Соціальні мережі заповнили все, тож вони не можуть не впливати і на туристичну сферу. Майже в кожній соціальній мережі можна знайти інструменти для вивчення різних туристичних напрямків серед молоді. Ці платформи грають величезну роль у формуванні туристичних вподобань у сучасної молоді адже в соціальних мережах юзери активно діляться фотографіями та враженнями від відпочинку. Використовуючи соціальні мережі розумно, можна побачити і визначити сучасні тенденції туризму для молоді. Візьмемо за приклад *instagram* та *TikTok*.

Instagram – основна платформа для пошуку туристичних вподобань молоді. Візуальний контент (фото та відео в дописах користувачів) має значний вплив на зростання популярності різних туристичних напрямків оскільки саме ця платформа дозволяє ділитись враженнями через візуалізацію,

створюючи таким чином «ефект натовпу». Для просування дописів в соцмережах використовують хештеги за допомогою яких користувач може перейти і побачити мільйони фотографій, тегів, дописів, відгуків, коментарів відповідно до цього хештегу. Проаналізувавши хештеги в мережі instagram такі як: #travel #vacationgoals можна знайти найбільш популярні дестинації серед молодих мандрівників.

Окрему роль у просуванні дестинацій грають інфлюенсери, оскільки важко знайти молоду людину, яка б не мала улюблених блогерів, за якими слідує, з яких бере приклад та надихається. Блогери доволі часто подорожують, оскільки це один з найпростіших способів напрацювати контент. Більшість мейнстрімних туристичних напрямків популяризуються саме за допомогою блогерів що діляться своїми подорожами в stories та reels. Активне використання stories та reels для демонстрації коротких відео з подорожей дає змогу глядачам отримати швидке враження від місця відпочинку та вирішити чи бажають вони побачити це своїми очима. Instagram є платформою де інфлюенсери створюють візуально приємну картинку яка мотивує глядачів до відвідування того чи іншого місця.

TikTok є не менш популярною платформою для просування контенту, так блогери викладають короткі вірусні відео довжиною від 15 секунд до 3 хвилин де показують та розказують свій досвід подорожування. Ця соціальна мережа є достатньо впливовою серед молоді, тож, якщо розуміти алгоритми додатку, можна набрати достатньо велику кількість підписників за короткий проміжок часу.

Цікавим інструментом є створення інфоприводи. Це так звана самореклама або приманка для розкручування своїх або інших соціальних мереж. Так, блогер-мільйонник може створити інфопривод в стилі «тільки подивіться який жахливий сервіс на Майорці, розчаруванню немає меж..» і на цьому закінчити відео тим самим «підігрівши» інтерес підписників до розвитку подій. Згодом блогер пише «переходь до мене в Instagram щоб дізнатись всі подробиці, і люди переходять і дізнаються що все це просто гра

слів і насправді блогер отримав подорож на Майорку від туристичної агенції абсолютно безкоштовно, «по бартеру» а своїм контентом прорекламував і туристичну агенцію, і Майорку як DESTИНАЦІЮ.

Молоді люди стали використовувати онлайн-платформи для пошуку інформації про подорожі, бронювання квитків і житла. Зокрема, такі платформи, як Couchsurfing (заснована 2004 року), стали популярними серед молодих мандрівників, які шукають недороге житло і можливість поспілкуватися з місцевими жителями, тим самим розвиваючи навички володіння іноземними мовами [4].

Спосіб організації подорожей суттєво змінився з приходом сучасних технологій. Сьогодні інтернет-платформи дозволяють туристам знаходити потрібну інформацію, купувати квитки, бронювати житло або готель за лічені секунди а також ділитись відгуками з однодумцями та розширювати межі кордонів для себе та інших.

Серед найпопулярніших платформ бронювання та розбудови маршрутів можна назвати наступні:

Kiwi.com – зараз є одним з найпопулярніших сайтів. Тут можна не лише знайти квитки на будь який вид транспорту, але також і порівняти ціни на авіарейси. А фішкою цього сайту є можливість комбінування різних видів транспорту що дуже допомагає в створенні оптимальних маршрутів.

Ticketmaster менше популярна але варта уваги туристів платформа, тут можна купити квитки на майже всі доступні розважальні заходи такі як – концерти, театральні вистави, спортивні події та будь які інші розваги по всьому світу.

Skyscanner – потужний ресурс, що допомагає знайти не тільки дешеві авіаквитки а ще й готель та навіть орендувати авто. Цей ресурс має можливість порівняння цін на квитки від різних авіакомпаній і агентств що задовільнить потреби навіть найвибагливіших туристів [17].

Найпопулярнішими платформами для пошуку порад, відгуків та нових DESTИНАЦІЙ є TripAdvisor. Це один з найбільших та найпопулярніших ресурсів

для планування подорожі що надає можливість переглядати відгуки інших туристів про готелі, апартаменти, заклади харчування а також пам'ятки та екскурсії. Користувачі можуть оцінювати різні аспекти подорожей що допоможе знайти найбільш вигідний варіант саме для вас.

Не менш популярним є Google Reviews, де також можна знайти відгуки та рейтинги для будь якого місця по всьому світу. Тут можна знайти відгуки не тільки про готелі чи ресторани а також про пам'ятки, туристичні маршрути та навіть магазини.

Всім відомий GoogleMaps також не варто обходити стороною адже це один з найбільш популярних додатків для навігації під час подорожей. GoogleMaps допомагає будувати маршрут, враховуючи особливості міського транспорту у різних містах та країнах, знаходити цікаві місця, ресторани, музеї та туристичні місця а також до кожного з них додає рейтинг та відгуки інших користувачів [18].

Говорячи про навігацію під час подорожей варто звернути увагу на додаток що має назву Rome2Rio. Це додаток в якому можна самостійно спланувати подорож а також передивитись варіанти транспорту між містами, авіарейси, поїзди, автобуси та таксі.

Щодо платформ, де можна забронювати місце для ночівлі, варто відмітити насамперед booking.com, на якому можна забронювати готель, апартаменти, хостел та інші види житла. Цей сайт має достатньо зручний інтерфейс та пропонує обрати критерії для пошуку та порівняти ціни на інших ресурсах. Особливістю сайту є накопичувальна система знижок та наявність зручного додатку, при бронюванні в якому ціни є дещо меншими за бронювання на сайті.

Не менш популярним є застосунок Airbnb. Це платформа що дозволяє бронювати житло безпосередньо від власника. Тут можна знайти будь що: будинок в лісі або на дереві, кімнату, апартаменти в центрі міста чи власний вітрильник. Airbnb пропонує також варіанти з можливістю оренди на короткий строк [19].

Hostels.com хоч і менш популярний але також дуже корисний ресурс для мандрівників а особливо для тих хто має обмежений бюджет. Тут можна забронювати готель, хостел або мотель з будь яким бюджетом. Ресурс пропонує конкурентні ціни, акційні пропозиції та знижки для лояльних клієнтів [20].

Молодіжний туризм – це не лише про пересування у просторі та ночівлі, але також і про комунікації, тож так створюються форуми та спільноти в соцмережах, які стають як способом формування ком'юніті, так і одним з найпопулярніших серед молоді ресурсів для пошуку інформації про все на світі. Туристи з усього світу діляться досвідом, цікавими фактами, місцями про які не напишуть в інтернеті та які мають менший туристичний потенціал але є вартими уваги туристів на різних форумах та в соцмережах. Одним з таких ресурсів є Reddit. На цьому форумі є незліченна кількість спільнот які носять назву subreddits що присвячені подорожам та де мандрівники діляться порадами, відгуками та досвідом.

Спільноти на кшталт r/travel та r/solotravel є популярними для отримання порад, планування поїздок, рекомендацій по маршрутам та обміну досвідом.

У Facebook є незліченна кількість груп присвячених обговоренню подорожей. Тут учасники мають змогу обмінятись досвідом та порадами. Групи під назвою «Travel Bloggers» або «Nomadic Travel» мають мабуть найбільший потенціал та популярність серед користувачів, тут можна отримати безцінні поради від людей які вже пройшли той чи інший шлях та допоможуть не повторити їх помилки.

TripAdvisor Forums. TripAdvisor крім основного сервісу має ще сервіс з форумами де мандрівники можуть задавати питання щодо конкретних напрямків, обмінюватись порадами, планувати маршрути тощо.

Сучасні тренди розвитку молодіжного туризму прямо кажуть про його постійну еволюцію під впливом множинних факторів та світових змін. Технології та їх стрімкий розвиток, зростання інтересу до екологічних

проблем, активний відпочинок та міжкультурні обміни – саме ці фактори формують нові можливості та підходи до організації подорожей.

1.3. Особливості використання ІТ-технологій

Інформаційні технології в сучасному туризмі стали невід’ємною частиною індустрії що буквально трансформували традиційні планування та бронювання подорожей. Цифровізація туризму змінила парадигму подорожей а інформаційні технології в корені змінили природу туристичної діяльності. Інновації дозволяють значно спростити процес планування подорожей, бронювання, а також надають можливість персоналізувати досвід мандрівників. Раніше цю роботу виконували турагентства і навіть зараз в часи стрімкого розвитку та прогресування інтернету та інформаційних технологій люди звертаються до туристичних агентств. Молоді туристи ж роблять все власноруч.

Одним із ключових досягнень в цьому напрямку стов розвиток бронювання онлайн. Такі платформи як Booking.com, Expedia, Skyscanner та Airbnb дозволяють мандрівникам забронювати житло, відстежити актуальні авіарейси, купити квитки на потяг чи автобус, орендувати авто власноруч без потреби при цьому звертатись до посередників. Платформи для онлайн бронювання надають широкий спектр фільтрів, налаштувань та варіантів що дозволяють з легкістю отримати найкращі умови для подорожі підібраної згідно критеріїв виставлених мандрівником такими як наприклад ціна, дата, час, тип розміщення, місцезнаходження тощо.

Мобільні додатки займають не менш важливе місце у сучасному туризмі, вони значно полегшують процес отримання бажаних послуг, бронювання та перебування в подорожі. Найвідомішими додатками для бронювання житла є Airbnb та Booking, вони дозволяють знайти місце проживання за лічені секунди, туристу варто лише внести дату та час заселення а також за потреби відфільтрувати знайдені варіанти житла за особистими критеріями. Додатки навігації як Google maps допомагають

орієнтуватися в нових місцях, знаходити найближчий шлях до того чи іншого місця, передивлятися фотографії попередніх відвідувачів або обирати ресторан чи кав'ярню. Якщо турист сумнівається в чомусь або хоче почитати відгуки та ревію то такі додатки як TripAdvisor або Google Reviews можуть допомогти йому в цьому. Подібні додатки використовують алгоритми для надання персоналізованих рекомендацій ґрунтуючись при цьому на відгуках та оцінках інших мандрівників що дозволяє обрати найкращий варіант для подорожі [19].

AR та VR технології не обійшли туризм стороною в процесі цифрофізації світу, вони стали новими формами туризму що дозволяє туристу подорожувати буквально з дому. Технології VR дозволяють мандрівникам відвідувати найрізноманітніші дестинації, влаштовувати екскурсії музеями світу, пам'ятками, «гуляти» ландшафтами та насолодитися туристичними місцями при цьому не маючи потреби виходити за межі приміщення в якому вони перебувають. В той час як AR технології надають можливість мандрівнику отримувати більше інформації та візуалізації за допомогою зображень – це дозволяє побачити всі деталі місця яке планують відвідати [22].

Поява соціальних мереж та їх популяризація буквально перевернули світ і привернули увагу кожної другої людини в світі. Для туристичної індустрії соціальні мережі такі як YouTube, TikTok та Instagram стали просто мастхевом. Тут мандрівники досить активно діляться власними враженнями від подорожей, публікують світлини та відеоматеріали що стимулюють користувачів відвідати нові місця просто побачивши їх у улюбленого блогера або друзів. Ці платформи не тільки надихають а ще й пробуджують нові ідеї для подорожей. Не менш важливими соціальні мережі являються для туроператорів, за допомогою соціальних мереж вони просувають свою агенцію, розробляють маркетингові стратегії орієнтуючись на цільову аудиторію яку вони мають та залучають блогерів та інфлюенсерів для рекламування та просування свого продукту. Чудовим прикладом туристичної агенції що просуває свій продукт через соціальні мережі може стати

Wonderland tour, вони мають середню кількість підписників але при цьому візуальний вигляд їх сторінки в instagram є дуже привабливим та цікавим, автори доволі часто викладають цікаві туристичні пропозиції наприклад подорож в Єгипет, на о.Крит або Шрі-Ланку [21].

Також в закріплених stories присутня велика кількість цікавої та корисної інформації для туристів. В цілому бренд Wonder tour є доволі вдалим прикладом розвитку власного бренду через соціальні мережі та просування свого продукту для молоді аудиторії [21].

Інтерв'ю з Олександрою Дегтяренко, співвласницею Wonder Tour.

Дата: 25 листопада 2024 року

Інтерв'юер: Колесник Є. А.

Колесник Є. А.: Олександро, Wonder Tour стала популярною серед молоді. Що є ключовим у вашому підході до роботи з цією аудиторією?

Олександра Дегтяренко: Молодь — найперспективніша ланка суспільства, яка прагне нових вражень і задає тренди. Ми створюємо емоційний зв'язок із клієнтами через реальні історії та яскравий контент, а також активно взаємодіємо через опитування, вікторини та прямі ефіри.

Колесник Є. А.: Чому важливі ці взаємодії?

Олександра Дегтяренко: Це дозволяє зрозуміти потреби молоді та зробити подорожі ідеальними. Ми будуємо не просто бізнес, а спільноту, яка допомагає створювати майбутнє туризму.

Колесник Є. А.: Що б ви побажали молодим мандрівникам?

Олександра Дегтяренко: Мрійте сміливо, подорожуйте з відкритим серцем і ніколи не бійтеся відкривати нові горизонти!

Колесник Є. А.: Дякую за інтерв'ю!

Популяризація Штучного інтелекту також напряму вплинула на планування маршрутів туристами, бронювання готелів та апартаментів та організації подорожей в цілому. Алгоритми штучного інтелекту дозволяють потенційним туристам створювати подорожі під себе з нуля базуючись при цьому лише на історії пошуку та переваг користувача а також відштовхуючись

від індивідуального запиту туриста. Платформи Google та TripAdvisor використовують такі платформи для широкоформатного аналізу великої кількості інформації а також надають рекомендації на основі попереднього досвіду користувачів.

PayPal, ApplePay, GooglePay. Цифрові платіжні системи є незамінними для подорожуючих адже вони також значно спростили процедуру оплат для туристів під час міжнародних подорожей. Такі ресурси забезпечують безпеку та зручність для платежів за кордоном, бронювання тощо. Особливо це є корисним для молодих мандрівників які звикли до віртуальних грошей та для оплат покупок чи будь чого іншого більше не використовують паперові гроші а надають перевагу мобільному телефону.

Сфера обслуговування туристів відкрила для себе інноваційні технології за допомогою чат-ботів. Компанії та туристичні агентства що їх використовують надають можливість отримати відповідь на запитання, бронювати послуги, а також отримувати необхідну інформацію за лічені хвилини при цьому не залучаючи до цього людські ресурси. Це допомогло оптимізувати роботу компаній а також зробило обслуговування більш доступним та ефективним, особливо для молоді аудиторії що надає перевагу швидким та доступним рішенням.

Інформаційні технології стали потужним ресурсом який перевернув світову екосистему туризму і надав нові можливості мандрівникам при цьому забезпечивши їх більш персоналізованим, зручним та доступним сервісом. Інформаційні технології допомогли не тільки розвинути та просунути індустрію туризму але й створили незліченну кількість нових форматів туризму які дозволили подивитись на туризм з зовсім іншої сторони.

Висновки до 1 розділу.

У сучасному світі молодіжний туризм є одним з сегментів що розвивається найдинамічніше під впливом соціально-економічних і технологічних змін. За даними Всесвітньої туристської організації, молоді

туристи становлять близько 40% від всіх міжнародних подорожуючих що свідчить про неабияку значущість цього сегменту. В Україні розвиток молодіжного туризму залишається стихійним через обмежену кількість програм підтримки та слабку орієнтацію туроператорів на аудиторію. В той самий час освітні, волонтерські та соціокультурні подорожі набирають все більшої популярності завдяки глобальним ініціативам, як наприклад Erasmus+ або AIESEC.

Сучасні технології стали потужним рушієм трансформації молодіжного туризму. Інновації, зокрема онлайн платформи для бронювання (Booking.com, Airbnb) навігаційні сервіси (GoogleMaps) і цифрові платіжні системи (PayPal, ApplePay) спростили планування подорожей зробивши їх більш доступними та персоналізованими.

Соціальні мережі, а саме TikTok та Instagram також суттєво впливають на формування нових туристичних вподобань молоді аудиторії через візуальний контент і взаємодію з інфлюенсерами. А форумні платформи як-от Reddit та TripAdvisor стають незамінними джерелами практичних порад та інструментами для комунікації між туристами різних країн та регіонів.

Попри значний прогрес у використанні ІТ-технологій, вітчизняний туризм потребує більшої структуризації, розширення можливостей та програм підтримки а також динамічнішого розвитку інфраструктур. Цифрові технології мають стати базою для інтеграції локальних ініціатив і просування внутрішнього туризму, популяризації маловідомих місць та міжкультурного обміну, а інноваційні рішення дозволять нашій країні розкрити свій потенціал і впровадити нову культуру подорожей серед молоді.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І РОЗРОБКА ІТ-РІШЕНЬ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Використання ІТ-технологій в українському туризмі.

Україна – це країна з доволі багатою культурною та історичною спадщиною, вона має в собі стільки незабутніх місць та куточків, котрі ніколи не виходять з пам'яті. Однак, попри великий туристичний потенціал ми стикаємось з досить низьким рівнем розвитку та просування внутрішнього туризму. Більшість туристів віддають перевагу широковідомим локаціям та містам при цьому залишаючи поза увагою менш популярні але не менш важливі, красиві та мальовничі куточки країни.

У сучасному світі цифрові технології є доволі ваговою частиною життя кожного і їх впровадження в сферу туризму також є вагомим внеском в розвиток туристичної індустрії. Мобільні додатки, інтерактивні мапи, персоналізації рекомендацій не лише значно полегшують процес планування подорожей а й допомагає створити унікальний досвід для кожного мандрівника. Саме цифрові технології стають базою для розробки та впровадження нових інструментів які сприяють популяризації маловідомих куточків та допомагають залучити молодь до глибшого пізнання країни.

Поточний стан розвитку ІТ-технологій в сфері туризму в Україні є задовільним, адже з року в рік відбуваються значні зміни що впливають безпосередньо на розвиток та цифровізацію туризму. Розробка вебсайтів та додатків для мандрівників стали трендом за останні роки, що не дивно, адже це значно спрощує процес подорожей та допомагає в інформуванні туристів щодо розвитку туризму, змін, трендів тощо. Прикладами таких додатків можуть стати вебсайт LvivTravel.com – це сучасний, лаконічний сайт міста на якому можна знайти багато корисної інформації, анонсів, маршрутів та новин які допоможуть туристу зорієнтуватися та створити персоналізований відпочинок під себе. Або discover.ua, що є віртуальним путівником який допоможе «прогулятися» вуличками Києва не виходячи з дому і зрозуміти чи

дійсно варто відвідувати ті чи інші місця або краще все ж буде віддати перевагу іншим локаціям. Це актуально для широковідомих місць, наприклад Хрещатика, адже в силу своєї популярності це місце часто переповнене туристами і насолодитись моментом навряд чи вийде.

Не дивлячись на значні зміни в туризмі які відбулись на підґрунті цифровізації, сфера все одно має певні прогалини які необхідно заповнювати та продовжувати працювати над цими проблемами адже це напряду впливає на розвиток внутрішнього туризму що веде за собою підтримку економіки та малих бізнесів, популяризацію маловідомих місць які мають величезний потенціал та зміцнення міжрегіональних зв'язків що також є не мало важливими фактором розвитку. Але що варто зробити щоб покращити та пришвидшити розвиток? Який внесок можуть зробити прості люди та місцеві жителі будь якого міста України для розвитку туризму свого регіону?

Додаток «insideUA» може стати відповіддю на всі питання. Він дає унікальну можливість туристу побачити рідну країну очима її мешканців, отримати рекомендації від місцевих жителів про автентичні місця і відчувати справжній колорит та дух міста через його локальних мешканців. Цей стартап не лише сприятиме розвитку внутрішнього туризму а й допоможе об'єднати різні міста, зміцнити зв'язок між ними, розширити кругозір та культурний обмін і зробити внутрішній туризм більш доступним будь-кому.

Мета проєкту: основною метою нашого проєкту є сприяння розвитку внутрішнього туризму для Українців, популяризація маловідомих туристичних локацій, які не отримують достатньо уваги від туристів та часто просто ігноруються, на базі платформи для молодих туристів на якій місцеві жителі можуть ділитись своїми думками та допомагати іншим побачити рідне місто з боку корінних жителів. Такий додаток стане не лише інноваційним інструментом для сучасних туристів а й дуже важливим внеском у популяризацію внутрішнього та локального туризму країни. Він допоможе молодим людям глибше поринути в культурне розмаїття українських міст та

вийти за межі традиційних маршрутів а також впровадити новий, цифровізований підхід до подорожей.

Аналіз ринку конкурентів: Так як розробка мобільного додатку «insideUA» спрямована на надання молоді можливості відкривати унікальні куточки України від місцевих жителів необхідно провести аналіз конкурентів які вже існують на ринку, визначити їх сильні та слабкі сторони а також виявити можливості для диференціації. Варто зазначити що додаток «insideUA» стане першим саме на українському туристичному ринку [30].

Потенційні конкуренти:

1. TripAdvisor. Глобальна платформа що надає відгуки та рекомендації туристам щодо готелів, закладів харчування, розважальних послуг та визначних місць світу [31].

Сильні сторони:

- Велика база користувачів та відгуків.
- Можливість бронювання безпосередньо через додаток без потреби залучення сторонніх сервісів.

Слабкі сторони:

- Фокус лише на популярних туристичних місцях що може привести до перенасичення туристами.
- Мінімальна увага до маловідомих автентичних місць.

2. Spottle. Це гео-месенджер який поєднує в собі функціонал WhatsApp та Foursquare що надає можливість юзерам ділитись враженнями про відвідані атракції або заклади [32].

Сильні сторони:

- Інформація про заклади що знаходяться поблизу.
- Можливість перегляду та аналізу рев'ю користувачів.

Слабкі сторони:

- Обмежений функціонал по рекомендаціям маловідомих точок.
- Культурний та локальний досвід не є акцентом додатку а скоріш навпаки.

3. Showaround. Платформа з пошуку локальних гідів які допоможуть подивитись місто зсередини [33].

Сильні сторони:

- Можливість замовити індивідуальну екскурсію від місцевих мешканців.
- Персональний підхід під кожного мандрівника.

Слабкі сторони:

- Більшість послуг гідів є платними що може стати проблемою для бекпекерів та туристів з обмеженим бюджетом.
- Залежність від наявності вакантних гідів в певному місті.

4. KyivMaps. Додаток що орієнтований на соло мандрівки Києвом який надає обширну інформацію про заклади харчування, розваги та найрізноманітніші події [33].

Сильні сторони:

- Актуальна та свіжа інформація про події та місця в Києві.
- Доволі зручна навігація та корисні рекомендації.

Слабкі сторони:

- Обмежений лише одним містом – Київ.
- Відсутність інформації про інші міста.

Аналіз ринку конкурентів дає зрозуміти що все ж існують додатки з схожим функціоналом та доволі сильними перевагами, але вони також мають і слабкі сторони, часто зосереджуючись лише на популярних туристичних маршрутах. Платформи яка б об'єднала локальні рекомендації мешканців різних куточків країни про маловідомі місця досі немає. Саме тому проект «insideUA» має неабияку актуальність адже:

- Має фокус саме на локальному досвіді і надає користувачеві можливість відкривати різні місця через призму місцевих мешканців.
- Допоможе підтримати та популяризувати маловідомі локації що заслуговують уваги не менше ніж всім відомі заїжджені точки.

– Надасть змогу створити певне ком'юніті та об'єднати сучасну молодь.

Таким чином «insideUA» має потенціал зайняти унікальну нішу на ринку сучасного туризму та мобільних додатків для туристів, пропонуючи користувачам отримати автентичний досвід подорожей по рідній країні.

Реалізація такого проєкту сприятиме зміцненню взаєморозуміння між мешканцями різних регіонів України, формуванню нових культурних та економічних зв'язків а також стане великим кроком до інтеграції сучасних технологій у традиційну сферу туризму. «InsideUA» стане не лише інструментом для подорожей а і певним ком'юніті яке об'єднає людей що цінують унікальність та автентичність.

Розробка додатку відповідає потребам сучасного суспільства а також сприятиме формуванню нової культури подорожей в Україні.

2.2. Розробка проєкту «InsideUA» мобільний застосунок для популяризації туризму серед молоді

Туризм завжди був і залишається невід'ємною частиною культурного та економічного розвитку будь-якої країни. Україна не є виключенням, з нашою багатою історією, мальовничими ландшафтами та найрізноманітнішою культурою ми маємо неабиякий потенціал для розвитку та просування внутрішнього туризму. Проте значна кількість туристичних маршрутів, часто зосереджені лише на популярних та широко відомих місцях що залишає поза увагою автентичні аспекти локального життя та маловідомі але не менш мальовничі дестинації. Молодь що є найбільш мобільною ланкою суспільства, і прагне нестандартності, неординарності та неоднозначності. Вони хочуть відкривати для себе справжню красу місць в які подорожують, знайомитися з культурою безпосередньо через досвід місцевих, і відвідувати унікальні локації про які в звичайних туристичних путівниках немає жодного слова.

Розширений план реалізації проєкту

1. Стратегічне обґрунтування:

Цільова аудиторія:

- Молодь яка активно подорожує віком від 18 до 35 років.
- Мешканці міст які хочуть ділитись локальними знаннями.
- Унікальність ідеї:
- Фокус на локальному досвіді.
- Популяризація маловідомих місць які не входять до туристичних гідів.
- Соціальна інтеграція між користувачами через взаємодію один з одним.

2. Етапи розробки:

Аналіз ідеї:

- Проведення маркетингового дослідження, аналізу ринку, конкурентів та визначення потреб аудиторії.
- Чітке виявлення потенційних проблем у впровадженні (наприклад низька зацікавленість користувачів на початку роботи).

Розробка концепції:

- Створення сценаріїв експлуатації додатку (use cases – опис поведінки системи та аналіз відповіді на зовнішні запити) [23].
- Мандрівник (шукає рекомендації для відвідування того чи іншого міста).
- Локальний мешканець (надає рекомендації для відвідувачів міста).

Технічна реалізація:

- Вибір кросплатформного рішення (React native/Flutter) [24, 25].
- Інтеграція картографічного сервісу (Google Maps API, MapBox) [26, 27].
- Налаштування пошуку локацій та фільтрів а також відображення даних у реальному часі.
- Розробка backend для управління базою даних (Firebase/Node.js) [28, 29].
- Забезпечення конфіденційності даних.

Маркетинговий план:

- Співпраця з блогерами для просування.
- Просування через соціальні мережі (Instagram/TikTok).

- Впровадження онлайн компаній (наприклад конкурси для користувачів).

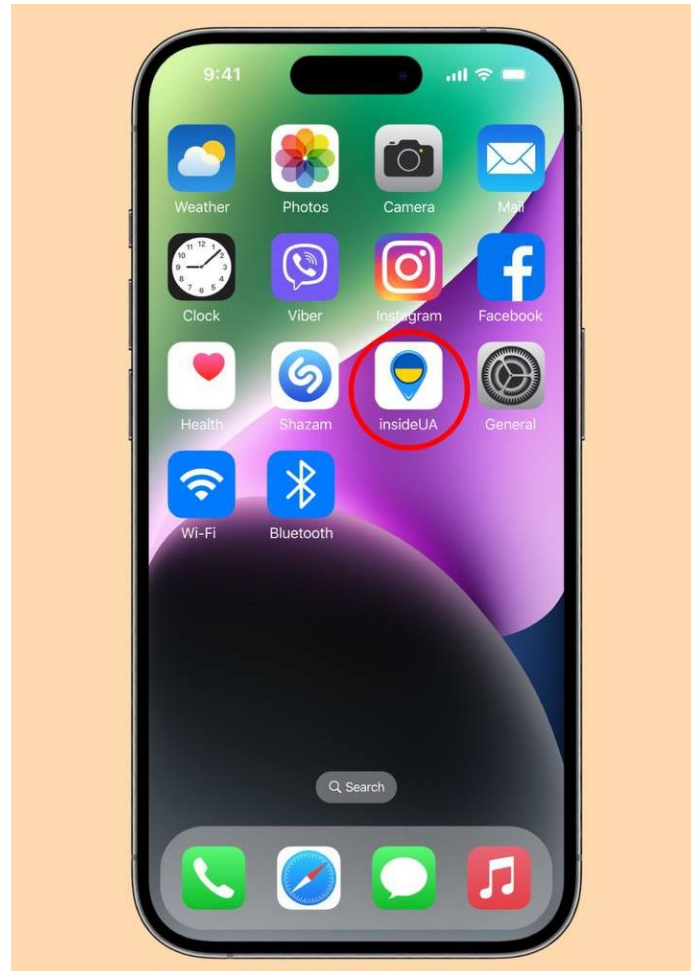


Рис. 1 Візуалізація іконки додатку на робочому столі.

Опис функціоналу додатку «insideUA»

1. Профіль користувача.

В будь якому мобільному додатку необхідно створювати профіль користувача адже це безпосередньо ваше обличчя та те що бачать інші юзери першим. Першим аспектом який ми додали це – фото користувача. Завантаження особистого фото користувача дуже важливе адже набагато приємніше читати надану інформацію від людини на яку ти можеш подивитися.

Фото користувача матиме круглу форму і користувачі в будь який момент зможуть замінити фото на більш свіже та актуальне перейшовши в налаштування додатку.

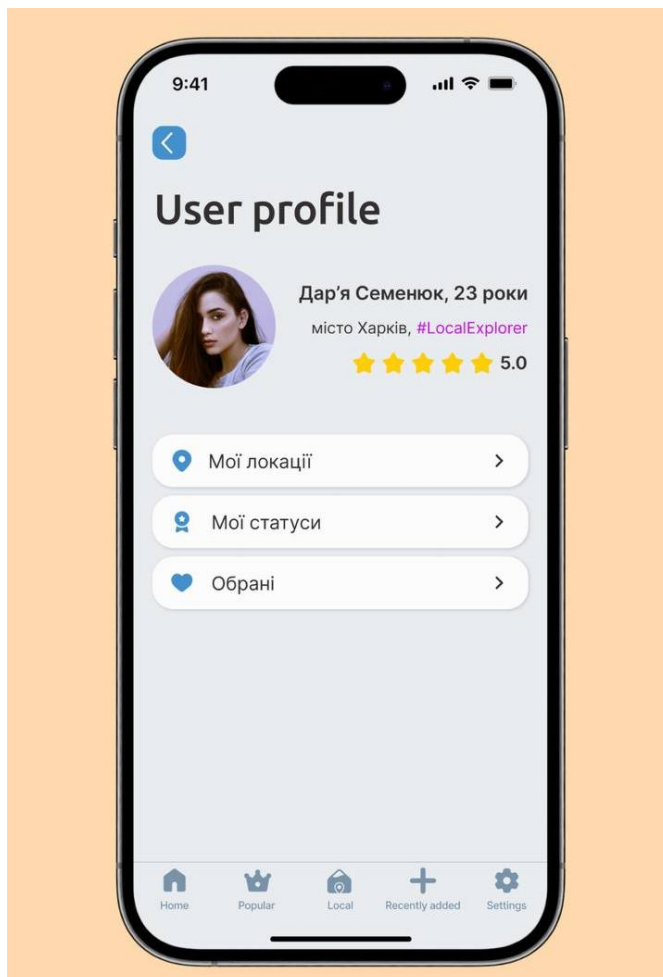


Рис. 2 Візуалізація профілю користувача.

Наступний пункт – ім'я, вік та місто проживання людини. Ця інформація необхідна для того щоб інші користувачі могли розуміти вашу вікову категорію та місто походження, дані будуть вказані під фото користувача.

Наступними йдуть маркери або хештеги. За допомогою цих функцій інші користувачі зможуть знайти ваш профіль набагато швидше а також отримати більше інформації про вас. Щоб отримати певний хештег або статус необхідно активно використовувати додаток а саме ділитись локаціями, так юзери які опублікували хоча б 3 локації свого рідного міста матимуть

можливість отримати хештег #LocalExpert. За публікацію 5 і більше історичних локацій користувач матиме можливість отримати хештег підвищеного рівня, а саме #Historian. Якщо юзер регулярно публікуватиме контент який має культурне значення то в такому випадку його статус буде підвищений до #Culturalist. Якщо наприклад користувач не планує публікувати власні локації, але хоче використовувати додаток для пошуку нових, цікавих точок, він також має можливість отримати певний статус. Для отримання статусу #LocalExplorer користувачу необхідно буде відвідати мінімум 5 локацій та відмітити їх у себе на мапі. Якщо такий юзер буде активно публікувати якісні фото матеріали він матиме можливість отримати позначку #Photographer. Для любителів гастрономічних подорожей також передбачений статус #FoodLover, щоб отримати такий статус необхідно опублікувати мінімум 5 закладів харчування та написати свої враження про ці місця.

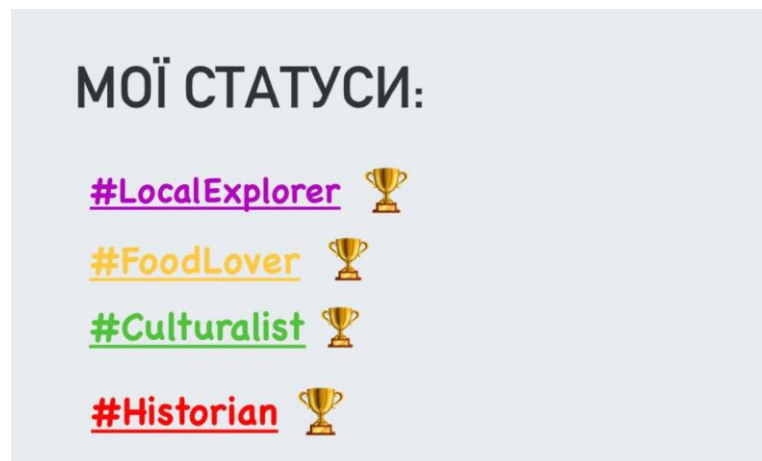


Рис. 3 Отримані статуси користувачів та їх відображення

Важливо зазначити що всі отримані статуси за весь час користування додатком нікуди не зникнуть та по мірі їх отримання будуть публікуватись в профілі з позначкою «підняття рівня», таким чином інші юзери можуть відслідкувати ваші досягнення, надихнутись вашими результатами і позмагатись за такі самі звання.

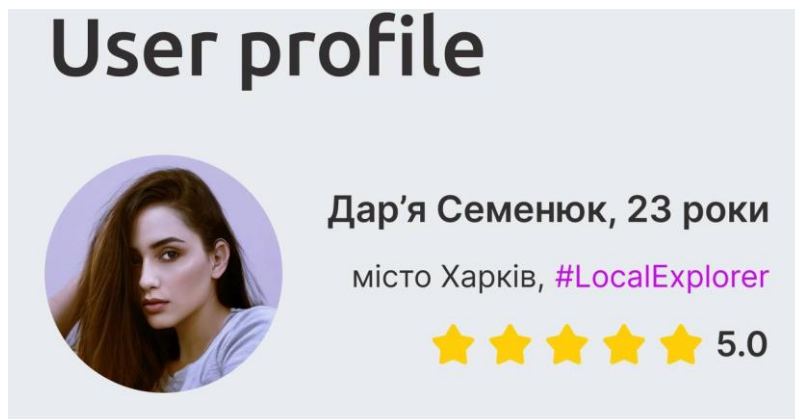


Рис. 4 Вигляд профілю користувача в деталях.

Інтерфейс додатку також матиме розділ «мої локації» де користувач може подивитися всі відвідані ним місця за весь час. Для того щоб позначити локацію як відвідану необхідно:

- Знайти локацію на мапі.
- Відкрити її, та позначити «відвідано»

Після позначення має з'явитись анімація яка дасть можливість написати свої враження а також за бажанням прикріпити фото з відвіданого місця.

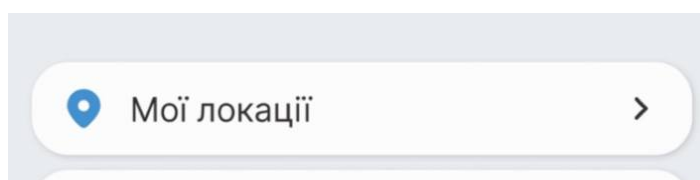


Рис. 5 Розділ «Мої локації».

Головна сторінка додатку. На цій сторінці ми вирішили розмістити інтерактивну мапу з клікабельними точками, також можна обрати будь яке інше місто на мапі України та переглянути усі доступні локації цього регіону.

Наступним елементом інтерфейсу будуть «категорії», тут користувач може обрати будь яку категорію з доступних орієнтуючись на свої вподобання. Прикладами таких категорій є: історія, культура, гастрономія, природа, архітектура тощо.

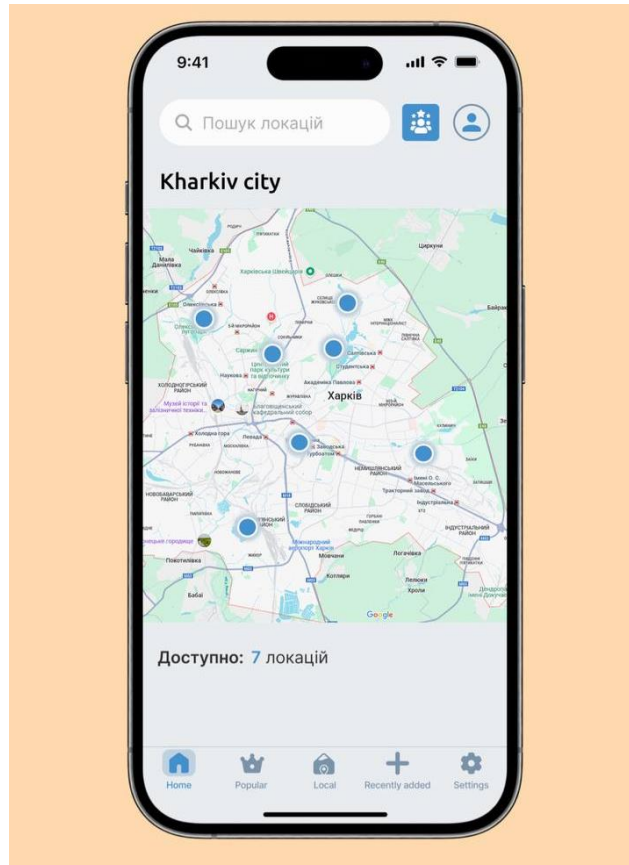


Рис. 6 Візуалізація головної сторінки додатку.

Секція рекомендацій та популярних дестинацій. Добірка «популярні серед місцевих» або «нещодавно додані локації» стануть наступним елементом інтерфейсу «insideUA», тут також можна обрати фільтри за типом локацій, датою додавання та рейтинговими оцінками.

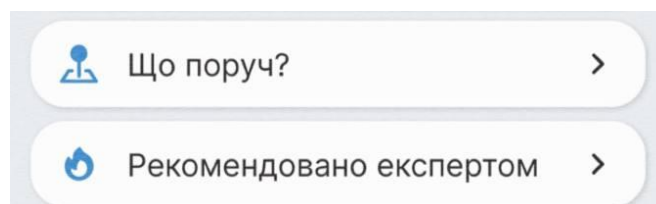


Рис. 7 Додаткові функції додатку.

В правому нижньому кутку буде розташована іконка «лупи» тобто пошук, тут користувач може шукати локації за назвою, категорією або КЛЮЧОВИМ СЛОВОМ.

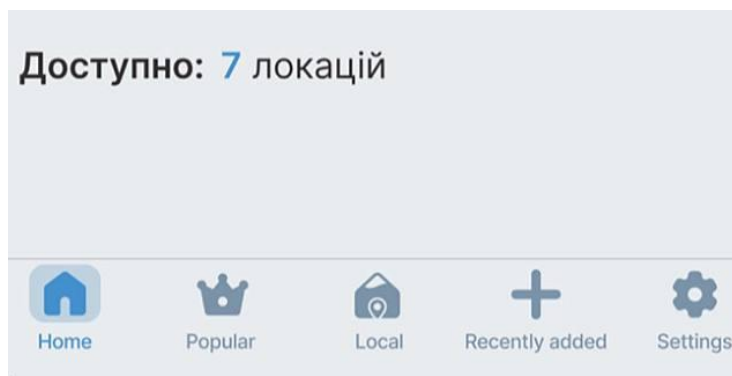


Рис. 8 Детальна візуалізація категорій на головній сторінці.

Рейтинг активних користувачів розташується зліва в верхньому кутку. Тут можна буде переглянути профілі топових учасників з позначкою Pro. Для того щоб отримати такий статус необхідно активно публікувати локації в додатку, відповідати на запитання користувачів в коментарях до своїх локацій а також взаємодіяти з іншими юзерами та ділитись досвідом використання додатку.

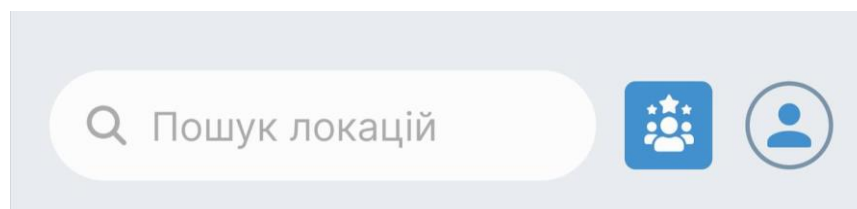


Рис.9 Секція «Пошук» та «Рейтинг користувачів».

Підтвердження та отримання статусів. Після публікації необхідної кількості контенту юзеру приходить відповідна форма, яка інформує його про те що за певні досягнення, наприклад публікацію 5 локацій з історичною цінністю, він має можливість отримати статус або хештег. Щоб це реалізувати, користувачу треба натиснути кнопку «отримати статус» та заявка автоматично піде на перевірку після чого модератор перевірить достовірність опублікованої інформації та загальну активність на платформі і протягом 3 годин в профілі користувача вже буде відображатись статус.

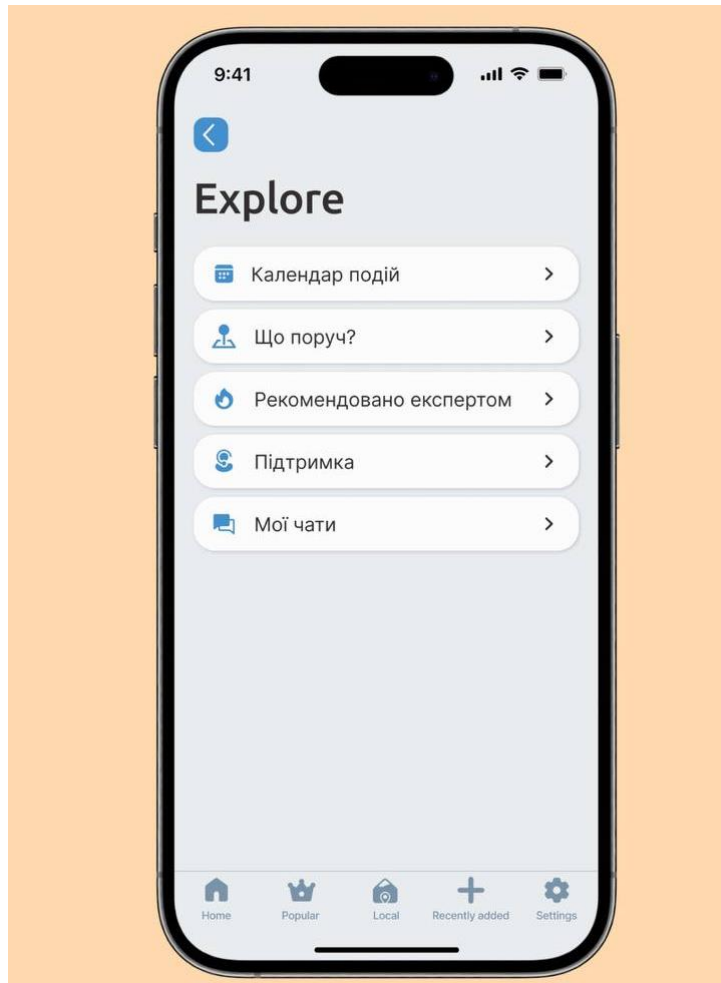


Рис. 10 Секція «Цікаве».

Фішки та переваги додатку:

1. Офлайн-доступ.

Користувач матиме можливість переглянути локації що були додані в «обране» без доступу в інтернет. Ця функція буде актуальна для віддалених куточків країни де інтернет покриття відсутнє.

2. Календар подій.

Перегляд актуальних подій (концерти, фестивалі, ярмарки) на території будь якого регіону країни будуть доступні для всіх користувачів платформи, для цього необхідно лише відкрити «календар подій» та переглянути актуальні новини.

3. Спільні чати для туристів.

Концепція додатку передбачає створення нових ком'юніті туристів та популяризації молодіжного туризму а також обміну досвідом, саме тому спільні чати туристів будуть актуальною фішкою додатку адже тут можна обговорити актуальні новини, дізнатись більше про маршрути та нюанси подорожей. Також в таких чатах можна знайти однодумців та партнерів для вашої подорожі, наприклад організувати пішу прогулянку великою компанією.

4. Додаткові рекомендації, «що поруч?» та «рекомендовано експертом»

Ця фішка є доволі актуальною адже за допомогою такого функціоналу можна переглянути локації поблизу та переглянути рекомендації від локальних гідів або спеціалістів.

Можливі проблеми та їх рішення:

Розробка повноцінного мобільного додатку для туристів що буде зосередженою на локальних атракціях та їх популяризації веде за собою низку технічних та організаційних проблем які можуть виникнути на етапі розробки, тестування та запуску. Саме тому на етапі планування необхідно ретельно розглянути основні аспекти та проблематики які необхідно врахувати для успішної реалізації проекту.

1. Технічні проблеми:

– Кросплатформність. Варто забезпечити однаковий функціонал для користувачів на різних операційних системах (IOS та Android) тому при виборі інструментів для розробки треба врахувати цей нюанс.

– Тестування додатків на різних операційних системах.

2. Низька активність та зацікавленість користувачів на старті проекту:

– Вирішити цю проблему можна стимулюванням активності через бонуси (наприклад підвищення статусу користувача до Pro, бейджі за додані рекомендації, верифікація акаунту)

- Впровадження гейміфікації (змагання за кращі, розгорнутіші, інформативніші відгуки)
- 3. Збір даних про локації.
- Підвищення мотивації локальних жителів ділитися інформацією через партнерство або нагороди.
- 4. Безпека та конфіденційність.
- Використання сучасних стандартів шифрування персональних даних.
- Забезпечення захисту від витоку інформації в сторонні джерела.
- Введення можливості скарг та пропозицій а також модерація контенту.

Контентна складова:

1. Якість та актуальність інформації:
 - Забезпечення актуальності та точності рекомендацій наданих місцевими жителями.
 - Безперебійна модерація контенту що публікується на платформі допоможе уникнути небажаної інформації та спаму.
2. Розмаїття регіонів.
 - Забезпечення подачі різноманітного наповнення продукту даними з різних регіонів країни з акцентом на маловідомі атракції.
 - Уникнення зміщення фокусу та дисбалансу між поданим контентом про великі і малі міста України.
3. Візуальний контент.
 - Публікація візуального контенту високої якості, моніторинг якості фото та відео матеріалів які завантажують користувачі.
 - Оптимізація контенту для швидшого завантаження.

Соціальна складова:

1. Локальний контент проти туристичних трендів:

- Варто враховувати що існує ризик надмірної популяризації маловідомих місць що може привести до втрати автентичності та унікальності.

- Важливість уникнення перенасичення дестинацій туристами.

2. Інклюзивність.

- Забезпечення доступу до контенту людей з інвалідністю, також – розміщення інформація про доступність відвідування локації для людей з інвалідністю.

3. Культура та етика.

- Необхідно фільтрувати рекомендації що можуть порушувати культурні та етичні норми, наприклад небезпечні для життя та здоров'я місця.

Фінансова складова:

1. Обмежений бюджет:

Початкові витрати на розробку, маркетингову стратегію та тестування можуть бути доволі високими саме тому необхідно одразу заручитись підтримкою волонтерів що готові вкладатись в старт-ап, обдумати варіант отримання гранту чи залучення інвесторів.

Очікувані результати:

1. Розвиток туризму всередині країни:

- Залучення більшої кількості людей до відвідування маловідомих місць.

2. Формування нової туристичної спільноти:

- Обмін досвідом та культурними особливостями, взаємодія користувачів та просування платформи в маси.

3. Стимуляція до підтримки економіки малих міст:

- Зростання відвідувачів локальних атракцій, музеїв, культурних центрів, кафе.

Висновок до розділу 2

Україна має багату культурну та історичну ідентичність, а також великий потенціал до розвитку внутрішнього туризму. Однак молодь переважно орієнтується на популярні місця. Сучасні цифрові технології (мобільні додатки, інтерактивні мапи та персоналізовані джерела інформації) створюють нові можливості для розвитку внутрішнього туризму, що в свою чергу робить подорожі більш цікавими та інформативними.

Попри значний прогрес у цифровізації, туристична сфера стикається з низкою проблеми а саме недостатня розвиненість інфраструктури, нерівномірний розвиток на вкладення в регіони тощо. Вирішення ряду цих проблем може позитивно вплинути на економіку країни, зміцнити культурний обмін між регіонами а також підтримати малий бізнес.

Важливим кроком до популяризації маловідомих місць а також для розвитку внутрішнього туризму може стати розробка мобільного додатку орієнтованого на молодь та їх потреби. Такий проєкт сприятиме об'єднанню туристів і місцевих жителів, збереженню автентичності та популяризації культурного розмаїття України. Аналіз ринку демонструє що наявні додатки як TripAdvisor або Spottle орієнтуються переважно на популярні маршрути і не пропонують унікального відпочинку та локального колориту. Це створює нішу яку потенціально може зайняти «insideUA»що сприятиме розвитку туристичної індустрії в Україні та формуватиме нову культуру подорожей.

ВИСНОВКИ

Молодіжний туризм – один з найдинамічніших сегментів туристичної індустрії, що розвивається під впливом соціально-економічних змін, технічного прогресу і розширення інформаційного простору. За даними Всесвітньої туристичної організації, молоді люди складають близько 40% всіх міжнародних мандрівників, що підкреслює важливість цього сегмента для світогляду.

Молоді люди активно інтегруються в глобальний туристичний простір, використовуючи новітні цифрові інструменти, які спрощують планування поїздок, проживання та бронювання квитків. Сучасна молодь прагне до розвитку таких сфер як: екотуризм, соціальний туризм, волонтерство та міжкультурні обміни, орієнтуючись при цьому на реальний досвід, особистісне зростання, набуття нових навичок та розширення світогляду,

Молодіжний туризм в Україні має великий потенціал, але наразі він радше залишається нереалізованим, тому було б доречним створити професійні платформи та ініціативи для його просування. Незважаючи на певний прогрес у вигляді програм знижок на проживання та транспорт від держави, що стимулюють туристичну діяльність, молодіжний туризм все ще стикається з багатьма перешкодами. До них відносяться недостатній рівень розвитку інфраструктури, обмежене поширення маловідомих місць і нерівномірний розвиток різних областей країни.

Міжнародний досвід доводить ефективність програм, спрямованих на розвиток та просування молодіжного туризму. Наприклад, ініціативи Erasmus+, AIESEC – це унікальні можливості для молодих туристів що пропонують досвід міжкультурного обміну, волонтерських та освітніх програм. Такі організації служать платформою для інтеграції культур, отримання досвіду роботи та навчання за кордоном, а також ці моделі можуть служити орієнтирами для розвитку українського молодіжного туризму.

Цифровізація туризму відкриває нові можливості для розвитку молодіжного туризму. Мобільні додатки, інтерактивні карти та персоналізовані рекомендації роблять подорож більш комфортною та персоналізованою. Однак, незважаючи на цей прогрес, туристичний сектор України залишається невпорядкованим. Найпопулярніші цифрові платформи, такі як TripAdvisor та Spottle, в основному зосереджені на відомих туристичних визначних пам'ятках, але не на справжньому місцевому досвіді. Ця прогалина створює унікальну можливість для розробки проекту, який буде присвячений маловідомим, але важливим аспектам української культури і природи.

Розробка мобільного додатку, спрямованого на популяризацію маловідомих місць через досвід місцевих жителів та зміцнення туристичного потенціалу країни сприятиме не тільки популяризації внутрішнього туризму, а й збереженню самобутності регіону, розвитку місцевої економіки та формуванню нових туристичних секторів. Аналіз ринку конкурентів показує, що жоден з існуючих продуктів не орієнтований на місцевий досвід, саме тому наш проект унікальний і перспективний. Інтеграція сучасних технологій і створення спільноти молодих мандрівників може стати основою інноваційного підходу до туризму, що відповідає сучасним потребам і тенденціям.

Молодіжний туризм є невід'ємною частиною світової туристичної індустрії і має великий потенціал для подальшого розвитку. Володіючи багатою культурною та історичною спадщиною, ми прагнемо розробляти інноваційні продукти, що відповідають потребам молодого покоління, і робити свій внесок у поширення унікальних аспектів культури і природи нашої держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Молодіжний та дитячий туризм: сутність та класифікація за віком. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/melnijchuk.htm (дата звернення: 05.12.2024).
2. Калачян К. Молодіжний туризм як один із видів рекреаційної діяльності України. URL: https://eprints.kname.edu.ua/48324/1/ilovepdf_com-156-157.pdf (дата звернення: 08.11.2024).
3. Hostelling International. Hostelling International – Discover the real hostel experience. URL: <https://hihostels.com/> (date of access: 08.11.2024).
4. How It Works | Couchsurfing. *Page Redirection*. URL: <https://about.couchsurfing.com/about/how-it-works/> (date of access: 08.11.2024).
5. UN Tourism | Bringing the world closer. UN Tourism | Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/> (date of access: 08.11.2024).
6. Державне агентство розвитку туризму України. <https://www.tourism.gov.ua/>. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 08.11.2024).
7. Радянські туристи за кордоном: ідеологія, комунікація, емоції – туристична бібліотека InfoTour.in.ua. Все про туризм: туристична бібліотека – туристична бібліотека InfoTour.in.ua. URL: <https://www.infotour.in.ua/popov3.htm> (дата звернення: 10.11.2024).
8. Історія розвитку молодіжного туризму. Система електронного забезпечення навчання ЗНУ. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/1090059/mod_resource/content/1/Лекція%201.pdf (дата звернення: 10.11.2024).
9. Вплив освітніх осередків для осіб з інвалідністю на розвиток культури інклюзії (18-21 ст.) / Яріко Мирослава Олексіївна, Аніщенко Алла Петрівна, Якименко-Терещенко Наталія Василівна, Ростовцев Сергій Сергійович //

Перспективи та інновації в науці. (Серія "Педагогіка", Серія "Психологія", Серія "Медицина"). 2023. № 7 (25). С. 336–349.

10. What was the Grand Tour? Royal Museums Greenwich. URL: <https://www.rmg.co.uk/stories/topics/what-was-grand-tour> (date of access: 05.12.2024).

11. Home – Erasmus+. Erasmus+. URL: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/> (date of access: 23.11.2024).

12. Global Volunteer – AIESEC in The Netherlands. AIESEC in The Netherlands. URL: https://aiesec.nl/global-volunteer/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAl4a6BhBqEiwAqvrqur72ViBTT3XopZQkGYq-YaYcZvb2hS5CBf5e84u3HER9tETHJIPfOhoCWJsQAvD_BwE (date of access: 23.11.2024).

13. ISIC Ukraine – Офіційний сайт ISIC Україна. ISIC Ukraine – Офіційний сайт ISIC Україна. URL: <https://www.isic.org.ua/> (дата звернення: 23.11.2024).

14. Home. Rainforest Alliance. URL: <https://www.rainforest-alliance.org/> (date of access: 05.12.2024). BeWelcome: the largest free hospitality community.

15. Skyscanner. URL: https://www.skyscanner.co.in/flights?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAl4a6BhBqEiwAqvrquvABw-hAxFnwNs0z5UBa0Sk5Unu0f5dozhGz7sTKKZW43UIgce2O4BoCh08QAvD_BwE (date of access: 23.11.2024).

16. Bevor Sie zu Google Maps weitergehen. URL: https://www.google.com/maps/@49.9684976,36.237091,14z?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MTEwOS4yIKXMDSOASAFQAw== (date of access: 23.11.2024).

17. Airbnb | Житло для відпустки, будиночки, пляжні дома та багато іншого. Airbnb. URL: https://ru.airbnb.com/?set_beve_on_new_domain=1731763410_EAN2M1ZTYzNGFkM2 (date of access: 23.11.2024).

18. Hostels Worldwide – Online Bookings, Ratings, and Reviews. Hostelworld. URL: <https://www.hostelworld.com/> (date of access: 23.11.2024).

19. Туристична компанія Wonderland Tour on Instagram: "Хто я? Чим займаюсь та чим буде корисна ця сторінка?". Wonderland Tour. URL: <https://www.instagram.com/p/CmZDhXcqyW/?igsh=cWdhMTc0bXlxeDF5> (дата звернення: 23.11.2024).
20. Технологія доповненої реальності в туризмі. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/antonenko12.htm (дата звернення: 23.11.2024).
21. User Story vs Use Case. E5. URL: <https://e5.ua/uk/blogpost-2/user-story-chi-use-case/> (date of access: 05.12.2024).
22. React Native · Learn once, write anywhere. React Native · Learn once, write anywhere. URL: <https://reactnative.dev> (date of access: 03.12.2024).
23. Flutter – Build apps for any screen. Flutter – Build apps for any screen. URL: <https://flutter.dev> (date of access: 03.12.2024).
24. Platform Pricing & API Costs – Google Maps Platform. Google Maps Platform. URL: <https://mapsplatform.google.com/pricing/> (date of access: 03.12.2024).
25. Mapbox | Maps, Navigation, Search, and Data. Mapbox | Maps, Navigation, Search, and Data. URL: <https://www.mapbox.com> (date of access: 03.12.2024).
26. Firebase | Google's Mobile and Web App Development Platform. Firebase. URL: <https://firebase.google.com> (date of access: 03.12.2024).
27. Node.js – Run JavaScript Everywhere. Node.js – Run JavaScript Everywhere. URL: <https://nodejs.org/en> (date of access: 03.12.2024).
28. 65+ кращих мобільних додатків для мандрівників. Индивидуальные туры в Европу, индивидуальные путешествия и поездки по Европе с TravelYourWay. URL: <https://travelyourway.com.ua/ua/blog/65-mobilnyh-prilozhenij-dlja-puteshestvennikov/> (дата звернення: 03.12.2024).
29. Топ небанальних і корисних мобільних додатків для туристів. Visit Ukraine – SERVICE PORTAL ABOUT UKRAINE 24/7. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/395/useful-mobile-applications-for-ukrainians-in-poland> (дата звернення: 03.12.2024).

30. Як виглядає рейтинг мобільних додатків за 2023 рік? ТОП-20 популярних в Україні. Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/rejting-populyarnyh-mobilnyh-prilozhenij-ukrainy-v-2021-godu/> (дата звернення: 03.12.2024).

31. Самостійні мандрівки Україною: 12 корисних додатків для мандрівників URL: <https://kievtime.com/turyzm-ta-podorozhi/samostijni-mandrivky-ukrayinoyu-12-korysnyh-dodatkov-dlya-mandrivnykiv/amp/> дата звернення: 03.12.2024).