

УДК 338.48:316.7: 379.8

Антоненко Володимир Степанович,
доктор географічних наук, професор,
Хуткий Володимир Олександрович

Київський університет культури, м. Київ,
Україна, e-mail: antvs@ukr.net
Київський університет культури, м. Київ,
Україна

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПОШИРЕННЯ САМОСТІЙНИХ ПОДОРОЖЕЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Метою статті є визначення основних соціокультурних і соціально-економічних аспектів виникнення та поширення самостійних подорожей, тенденцій у зміні вимог та очікувань подорожуючих за сучасних умов.

Методика. В основу проведених досліджень покладено аналітичний, порівняльно-географічний та синтетичний методи.

Результати. На основі глибокого аналізу друкованих і електронних інформаційних джерел отримано релевантну інформацію про вплив соціокультурних та соціально-економічних факторів середовища на поширення самостійних подорожей в сучасних умовах. Показано, що зростання інтересу різних верств населення до самостійної організації свого відпочинку або подорожей обумовило появу самостійних мандрівників або селф-туристів. Доведено, що основними об'єктивними чинниками, що вплинули на стрімкий розвиток самостійного туризму, окрім широкого впровадження в сферу туризму інформаційних технологій і телекомунікацій, стало зміна мотивації подорожей з переважним акцентом на міжкультурну комунікацію. Міжкультурна комунікація подорожуючих може та має покращити взаємини між націями, а також збагатити власну національну культуру на основі вивчення іншої культури, завдяки засвоєнню іншої мови.

Наукова новизна. Змістовно обґрунтовано вплив соціокультурного та соціально-економічного середовища на поширення самостійних подорожей в сучасних умовах. Набули подальшого розвитку знання про тенденції розвитку самостійного туризму за умов поглиблення глобалізаційних процесів.

Практична значимість. Отримані результати дослідження є важливою інформаційною базою для розвитку індустрії туризму в умовах сталого поширення самостійних подорожей. Врахування сучасних тенденцій в розвитку туризму необхідно при розробці ефективної маркетингової стратегії туристичного підприємства, диверсифікації його діяльності за умов зміни мотивацій та вимог споживачів туристичних послуг.

Ключові слова: соціокультурні та соціально-економічні аспекти, самостійні подорожі, організований туризм, селф-туристи.

УДК 338.48:316.7: 379.8

Антоненко Владимир Степанович,
доктор географических наук, профессор
Хуткий Владимир Александрович

Киевский университет культуры, г. Киев,
Украина, e-mail: antvs@ukr.net
Киевский университет культуры, г. Киев,
Украина

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Целью статьи является определение основных социокультурных и социально-экономических аспектов возникновения и распространения самостоятельных путешествий, тенденций в изменении требований и ожиданий путешествующих в современных условиях.

Методика. В основу проведенных исследований положены аналитический, сравнительно-географический и синтетический методы.

Результаты. На основе глубокого анализа печатных и электронных информационных источников получено релевантную информацию о влиянии социокультурных и социально-экономических факторов среды на распространение самостоятельных путешествий в современных условиях. Показано, что рост интереса различных слоев населения к самостоятельной организации своего отдыха или путешествий обусловило появление самостоятельных путешественников или селф-туристов. Доказано, что основными объективными факторами, повлиявшими на стремительное развитие самостоятельного туризма, кроме широкого внедрения в сферу туризма информационных технологий и телекоммуникаций, стало изменение мотивации путешествий с преимущественным акцентом на межкультурную коммуникацию. Межкультурная коммуникация путешествующих может и должно улучшить отношения между нациями, а также обогатить собственную национальную культуру на основе изучения другой культуры, благодаря усвоению иностранного языка.

Научная новизна. Обосновано влияние социокультурных и социально-экономических факторов на распространение самостоятельных путешествий в современных условиях. Получили дальнейшее развитие знания о тенденциях развития самостоятельного туризма в условиях углубления мировых глобализационных процессов.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования являются важной информационной базой для развития индустрии туризма в условиях устойчивого распространения самостоятельных путешествий. Учет современных тенденций в развитии туризма необходимо при разработке эффективной маркетинговой стратегии туристического предприятия, диверсификации его деятельности в условиях изменения мотиваций и требований потребителей туристических услуг.

Ключевые слова: социокультурные и социально-экономические аспекты, самостоятельные путешествия, организованный туризм, селф-туристы.

UDC 338.48:316.7: 379.8

Antonenko Volodymyr Stepanovych,
Doctor of Geographics, Professor
Volodymyr Khutkyy Oleksandrovych

Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine,
e-mail: antvs@ukr.net
Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

SOCIO-CULTURAL AND SOCIAL-ECONOMIC ASPECTS OF EXTENSION OF INDEPENDENT TRAVELS IN MODERN CONDITIONS

The purpose of the article is to determine the main socio-cultural and socio-economic aspects of the emergence and spread of independent travel, trends in changing requirements and expectations of travelers in modern conditions.

Method. The basis of the conducted research is based on analytical, comparative-geographical and synthetic methods.

Results. On the basis of in-depth analysis of printed and electronic information sources, relevant information was obtained on the impact of socio-cultural and socio-economic factors on the spread of independent travel in modern conditions. It is shown that the growth of the interest of different sections of the population in the independent organization of their recreation or travel led to the emergence of independent travelers or sew-tourists. It was proved that the main objective factors that influenced the rapid development of independent tourism, in addition to the wide introduction of information technology and telecommunications in the sphere of tourism, was the change in the motivation of travel with a predominant emphasis on intercultural communication. Intercultural communication of travelers can and should improve relations between nations, as well as enrich their own national culture on the basis of studying another culture, through the absorption of another language.

Scientific novelty. The impact of the socio-cultural and socio-economic environment on the spread of independent travel in the modern conditions is substantiated substantially. Further development of knowledge about the tendencies of development of independent tourism in the conditions of deepening of globalization processes has been acquired.

Practical significance. The obtained results of the research are an important information base for the development of the tourism industry in the conditions of constant expansion of independent travel. The consideration of modern trends in the development of tourism is necessary in developing an effective marketing strategy for a tourist enterprise, diversifying its activities in the conditions of changing motivations and requirements of consumers of tourist services.

Keywords: socio-cultural and social-economic aspects, independent travels, organized tourism, selfy-tourists.

Постановка проблеми. Характерною особливістю туризму на сучасному етапі є виникнення альтернативних його видів, зокрема, самостійних подорожей (самостійного туризму). Саме вони відзначаються поширенням та значним інтересом у соціумі, оскільки мають велику кількість переваг перед організованим туризмом. Поширення самостійних подорожей в значній мірі обумовлено соціокультурним та соціально-економічним середовищем потенційних подорожуючих. Крім того, глобалізаційні виклики сучасності вимагають чіткого планування часу та фінансових витрат на рекреацію і подорожі. Все це обумовлює актуальність і необхідність дослідження даної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти самостійних подорожей вже неодноразово опинялися в полі зору науковців. Серед багатьох праць можна виділити передусім статті Т.В.Рябової і Е.В. Ертмана, А. Базиленко, Т.І. Ткаченко, Г.Н. Ковальова, В. О. Виноградової, Е.В. Агамірової, К.А. Жураєва та інших. В більшості наукових праць розглядаються питання дефініції самостійного туризму, різні аспекти виникнення та поширення самостійних подорожей.

Постановка завдання. Визначити основні соціокультурні та соціально-економічні аспекти поширення самостійних подорожей на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. У туризмознавстві має місце сегментування туристичного ринку за різними ознаками: географічними, демографічними, соціокультурними, соціально-економічними, поведінковим, а також сегментування ринку на основі поєднання зазначених ознак. Сегментування за соціально-економічною ознакою давно відомо і застосовується в маркетингових дослідженнях ринку подорожей. Серед соціально-економічних характеристик потенційних туристів найбільш важливими є рівень доходів, соціальний статус, рід занять і рівень освіти.

Відмінності в матеріальному становищі населення породжують неоднорідність туристського попиту. Порівняно певний клас заможних осіб прагне до дорогих турів з високим класом обслуговування. Вони зазвичай подорожують індивідуально або в складі нечисленних груп з особливими інтересами (*VIP*). Населення з більш скромним достатком купує тури по середнім і низьким цінам, що розраховані на масового споживача.

У туризмі при дослідженні споживчого ринку застосовуються, головним чином, три різновиди сегментування за поведінковою ознакою. Одна з них –

сегментування по шуканим вигодам (перевагам). У туризмі найбільшим членуванням ринку по шуканим вигодам вважається поділ на відвідувачів з розважальними та діловими цілями. Ці два головних сегмента відвідувачів в свою чергу можуть бути розділені на більш дрібні ринкові аудиторії. Наприклад, багато з тих, хто їде відпочивати, прагнуть відірватися від повсякденної дійсності і компенсувати недолік фізичної активності. Інші розглядають туризм як засіб міжособистісного спілкування, і реалізують, таким чином, соціокультурний аспект подорожі. Їх дозвільна діяльність націлена на встановлення більш тісних комунікативних відносин з іншими відпочиваючими. Особливо допитливі туристи, які об'єднуються під девізом «культура, відкриття, життя», бажають отримати нову інформацію, збагатитися інтелектуально або на час змінити рід занять. Широке коло відпочиваючих потребує спокою, реабілітації після стресових ситуацій повсякденного життя. Є й такі туристи, які шукають в подорож можливість реалізувати свій творчий потенціал.

Незважаючи на економічну і політичну нестабільність в світі, тенденції розвитку самостійного туризму є досить позитивними. У сферу туристичної діяльності все активніше залучаються нові країни і регіони, що розвиваються випереджаючими темпами. Відзначається поява нових туристичних центрів і країн, цілком конкурентоспроможних традиційним туристським лідерам світу.

Продовжують розвиватися процеси глобалізації та локалізації, стійкого розвитку туризму, соціально відповідального відношення до здійснення туристичного бізнесу і до поведінки туристів на відвідуваних територіях (дестинації). Значну роль набувають доступні подорожі, які створюють можливості подорожувати широким верствам населення без фізичних, вікових, соціальних та інших обмежень.

У найближчому майбутньому очікується зростання попиту на активні види туризму (піші, водні, екстремальні) особливо серед молодих туристів; спеціалізовані та подієві поїздки; річкові та морські круїзи; короткострокове відвідування великих міст-мегаполісів. Традиційно успішно буде розвиватися пляжний і курортний відпочинок в екологічно чистих і зручно розташованих дестинації. Розвиток отримають сегменти ринку осіб «третього віку» «четвертого віку», оздоровчих і освітніх поїздок [2].

Варто звернути увагу на зростання інтересу різних верств населення до самостійної організації і проведення свого відпочинку (подорожей), що обумовило появу самостійних мандрівників або селф-туристів. Можливості Інтернету сприяють тому, що зараз без допомоги туристичного агентства можна самостійно організувати подорож. Є велика кількість інтернет-сервісів, що надають допомогу в організації самостійної подорожі [6].

Різні дослідження показують, що високою мотивацією організації самостійної подорожі є можливість економії грошей з метою подорожувати частіше, проте присутні і інші види мотивацій – такі як зацікавленість в отриманні автентичного культурного досвіду життя серед місцевого населення іншої країни, «пригоди», «зустрічі з новими людьми», «вихід за загальноприйняті рамки» тощо.

В цілому, самостійний туризм слід розуміти як специфічний вид туристської діяльності, в рамках якого турист проявляє здатність і готовність здійснювати дії від свого імені, відповідно до власних соціально-культурних інтересів і потреб. Головною характерною рисою самостійного туризму є свобода вибору. Турист самостійно вибирає місце подорожі, його маршрут, кількість днів перебування, способи пересування і розміщення, типи харчування та екскурсійного обслуговування. Самостійний турист має можливість створювати програму власної поїздки, вибираючи найбільш бажані, що відображають його інтереси об'єкти відвідування в рамках поїздки. Тому варіативність маршруту і зміст програми подорожі можна розглядати в якості основної особливості самостійного туризму. Переваги, виклики та загрози самостійного туризму як альтернативи організованому туризму достатньо детально розглянуто в [1].

Основними соціально-економічними аспектами поширення самостійних подорожей є:

- відсутність страхів перед зарубіжжям. Тридцять років тому подорожі за кордон здавалися чимось незвіданим і лякаючим. Мало у кого з громадян пострадянського простору був достатній досвід закордонних подорожей. Це спонукало людей користуватися послугами туристичних агенцій – надійного і вірного провідника в незвіданому і незнайомому зарубіжному світі, який порадить гарне місце відпочинку, порекомендує комфортабельний готель, організовує цікаву екскурсію;

- дискредитація туристичних агентств і туроператорів. Однак з часом туристичні агенції та туроператори перестали бути надійними і вірними провідниками. Новини про банкрутство туристичних фірм і їх нездатності захистити своїх клієнтів в екстрених ситуаціях, численні негативні відгуки про туристичні компанії і періодично виникаючі скандали з їх участю підірвали довіру клієнтів до цих гравців ринку. Стало очевидно, що навіть найвідоміші і популярні туристичні агентства не завжди здатні виправдати всі очікування туриста від відпочинку;

- міжнародний досвід та скасування візових обмежень. Завдяки спілкуванню з мандрівниками з інших країн і міжнародних сайтах про подорожі багато зараз зрозуміли, що планувати свій відпочинок самим виходить дешевше і ефективніше, ніж користуватися послугами туристичної агенції. Самостійні мандрівники не переплачують за подорож – адже у вартість будь-якого туристичного пакету закладена комісія агенції. Крім того, вони можуть розпланувати свій відпочинок, орієнтуючись виключно на власні смаки й уподобання, а не за шаблонами готових путівок;

- розвиток послуг для самостійних мандрівників. На зміни в свідомості і поведінці споживачів відреагувало і бізнес-середовище. Зараз стрімко розвивається індустрія послуг для самостійних мандрівників: від продажу авіаквитків і бронювання готелів до оренди автомобілів і яхт. Гравці ринку постійно вишукують нові способи зацікавити і утримати клієнтів, заманюють їх цікавими пропозиціями і вигідними цінами [3].

Так, майже 60% китайських споживачів як і раніше вважають за краще подорожувати по пакетних турах до напрямків на далекі відправлення, головним чином через мовні бар'єри, але все більше молодих відвідувачів, особливо «покоління міленіумів», мають бажання подорожувати як *FIT* (*Fully Independent Travelling /Free Individual Traveler*). *FIT*-туризм - це індивідуальний туризм, необмежений рамками туристичних пакетів і шаблонами туристичних компаній. *FIT*-туризм спрямований на задоволення індивідуальних переваг клієнта і розширення можливостей мандрівника. Це дає їм можливість створювати власні індивідуальні маршрути, не пов'язані з жорсткими графіками [8].

Зростання подорожі *FIT* далі демонструють дані, що свідчать про зростання обсягу інтернет-орендної оренди в Інтернеті на суму 2,1 мільярда доларів, що в 2016 р. збільшився на 88,6 відсотка. За даними Trip Advisor China, майже половина китайських *FITs* планує в найближчі роки збільшити кількість поїздок за кордон, а 52% респондентів відмітили можливість збільшити тривалість подорожі. В даний час 40% подорожуючих проживають за кордоном 4-6 ночей.

За прогнозами, «Покоління міленіумів», дадуть до 55% збільшення споживчих витрат Китаю протягом наступних п'яти років. У порівнянні з їхніми батьками, *FITs* є кращими освіченими, багатшими та мають кращі мовні навички. Вони, як правило, використовують онлайнві ресурси, такі як веб-сайти огляду подорожей, веб-сайти призначення та облікові записи в соціальних мережах, такі як WeChat, для планування подорожей маршрутів. Програми для мобільних платежів, такі як WeChatPay, все частіше стають невід'ємною частиною їхнього способу життя та подорожей. Крім того, *FITs* також мають зростаючий апетит до цілісних, досвідчених відпусток. Ці канікули включають в себе такі заходи, як місцеві тури, тури на велосипеді, самостійні тури, вибір нових екзотичних кухонь (страв), відчуття місцевого життя, виявлення визначних пам'яток "далеких від пробитих шляхів" та відвідування культурних заходів, таких як театр та концерти. Ця категорія подорожуючих готова платити більше, щоб зупинитися у висококласних готелях та пообідати в ресторанах високого класу.

Також на підйомі категорія *Semi-FIT*. Подібно до *FIT*, напів-*FITs* планують свої власні маршрути і досліджують напрямки самостійно, але використовують послуги групових автобусів як форми транзиту з одного пункту призначення до іншого. Збільшення подорожей *FIT* і *Semi-FIT* - це важливих аспект для периферійних готелів та визначних пам'яток, які можуть отримати більшу користь від мандрівників з більш витонченими смаками.

В останні роки спостерігається збільшення використання мобільних пристроїв (наприклад, смартфонів і планшетів) для доступу до інформації, продуктів та послуг до та під час туристичних поїздок. Якщо доступ до дешевого високошвидкісного Інтернету буде і надалі поліпшуватися, про що свідчить успішна реалізація проекту глобального Інтернету Ілона Маска, це може відкрити додаткові можливості для використання цих пристроїв у цілях туризму.

Туристи, особливо молоді туристи, все частіше використовують цифрові технології та канали соціальних медіа (наприклад, портали огляду, блоги та форуми) для цілей самостійних подорожей. Інтернет зробив свій внесок у самоорганізовані свята та незалежні подорожі, змінивши "баланс сил від постачальників туристичних послуг споживачам". Це також збільшило кількість людей, які бронюють різні частини своєї поїздки окремо.

Здійснення самостійних подорожей як реалізацію соціокультурного проекту можна розглядати у вигляді багатьох моделей. Наприклад, першій моделі властива купівля квитків до місця призначення самостійно, друга модель характеризується абсолютно самостійним плануванням та організацією подорожі, при третій моделі туристам характерне звернення до туристичних агентств за допомогою в оформленні та отриманні віз, при цьому всі інші кроки виконуються самостійно.

В рамках концепції соціально-культурної діяльності самостійний туризм можна визначити як вид дозвілля, що відображає індивідуальні інтереси і запити людини, в тому числі пов'язані з розумінням вітчизняних і світових цінностей культури, виступає в якості значущого механізму інкультурації особистості [4]. При цьому культура у всьому різноманітті форм її прояву постає як один з основних елементів інтересу до подорожі, домінантою організації дозвілля. Прояв соціально-культурних аспектів туризму слід розуміти як процес ознайомлення з іншою культурою і її цінностями, що зумовлює формування особистістю свого розуміння «іншого», що в свою чергу розвиває і розширює коло пізнавальних інтересів, орієнтованих на досягнення історико-культурних традицій, матеріальної культури, звичаїв, інших народів, націй і національностей .

Соціокультурне середовище – це культура і стан суспільства, у якому живе й розвивається людина; це складна структура суспільних, матеріальних і духовних умов, у яких реалізується особистість. Однією з найбільш характерних рис сучасного суспільства є подальше розширення міжнародних стосунків, що сприяє швидкій інформатизації суспільства, зростанню інтересу різноманітних культур, до вивчення іноземних мов. Саме міжкультурні знання є основою розвитку в молоді вмінь установлювати взаємодію між різними культурами, націями, стилями життя тощо. Міжкультурна комунікація подорожуючих може та має покращити взаємини між націями, а також збагатити власну національну культуру на основі вивчення іншої культури, завдяки засвоєнню іншої мови.

Аналіз особливостей самостійних подорожей дозволив виділити найбільш істотні функції, властиві йому як виду соціально-культурної діяльності та відображають ключові аспекти процесу інкультурації. До числа соціально-культурних функцій самостійного туризму слід віднести:

- культурно-пізнавальну функцію, пов'язану з активізацією процесу безперервного освіти в факультативних формах, згідно тих умов, які формуються самими учасниками туристичної діяльності;
- особистісно-розвиваючу функцію, що забезпечує стимулювання процесу саморозвитку емоційної і логічної сфер учасника туристської діяльності, його

комунікативних якостей, підвищення рівня інтелектуальної активності, спрямованої на соціалізацію та інкультурацію особистості, а також структурування ціннісних відносин;

- інформаційно-діалогічну, що розкриває діалоговий потенціал самостійного туризму, що дозволяє туристові здійснювати освоєння цінностей культури різних туристичних регіонів, досягати їх смислове різноманіття і інтерпретувати культурні коди. В даному контексті самостійний туризм створює передумови для розширення і зміни матеріально-предметного і ціннісно-символічного світу.

Як свідчать отримані дані, для самостійного туриста найбільш значимими факторами, що впливають на планування власної поїздки, виступають фактори, що відображають процеси інкультурації, в тому числі які проявляються в пріоритетності певних видів туризму за їх цільовим призначенням тощо [5].

Висновки. Самостійний туризм, будучи альтернативою по відношенню до сфери організованого туризму, дає можливість туристу орієнтуватися безпосередньо на власні потреби і інтереси, а також його матеріальні можливості. Однак, більшість досвідчених туристів збільшують увагу до самостійних подорожей, оскільки це, в кінцевому рахунку, є дешевшим і гнучкішим, ніж організовані подорожі, і є прекрасною можливістю досвідченим туристам та відчайдушним авантюристам досягти таких дестинацій, яких було б неможливо відвідати в організованих турах. Динаміка сучасного життя впливає на те, що туризм вбудовується в усі сфери життєдіяльності людини, у зв'язку з цим на вибір видів подорожей впливає і світогляд людини і організація його повсякденного життя, звички і специфіка проведення дозвілля в цілому. В сучасних умовах, у розвинутому суспільстві підвищується значення не фінансових факторів розвитку, а таких як соціальна стабільність, екологічна безпека, соціальна відповідальність тощо.

Список використаних джерел:

1. Антоненко В.С. Самостійний туризм як альтернатива організованому туризму: переваги, виклики, загрози / В. Антоненко, В. Хуткий // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм. - 2018. - Вип. 2. - С. 67-79.
2. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. проф. Волошина І. М. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – 328 с.
3. Ковалев Г. Н. Тенденции развития туризма в современных социально-экономических условиях / Г. Н. Ковалев, В. А. Виноградова // «Экономика и социум». – 2016. – №1(20). – С. 1-9.
4. Рябова Т. В. Самостоятельный туризм как средство инкультурации личности / Т. В. Рябова, Е. В. Эртман // Сервис plus. – 2017. – Т. 11. – С. 31-38
5. Рябова Т. В. Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма / Т. В. Рябова, Е. В. Эртман // Сервис plus. – 2016. – Т. 10. – № 3. – С. 3-5.
6. Сизинцев А. Самостоятельные путешествия: тренд с большим будущим [Електронний ресурс] / А. Сизинцев // ЧасКорє. – 28.12.2013. – Режим доступу: [http://www.chaskor.ru/article/samostoyatelnye_puteshestviya_trend_s_bolshim_budushchim_30464](http://www.chaskor.ru/article/samostoyatelnye_puteshestviya_trend_s_bolshim_budushchim).
7. Шашмурина В. А. Самостоятельный туризм в современных условиях [Електронний ресурс] / В. А. Шашмурина // NovaInfo. – №65-1, 15.05.2017. – Режим доступу: <https://novainfo.ru/article/?nid=13053>

8. FIT Travel: All About Independence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tripsavvy.com/fit-travel-3252289>

Список использованных источников:

1. Антоненко В. С. Самостоятельный туризм как альтернатива организованному туризму: преимущества, вызовы, угрозы / В. Антоненко, В. Хуткий // Вестник Киевского национального университета культуры и искусств. Серия: Туризм. - 2018. - Вып. 2. - С. 67-79.
2. Перспективы развития туризма в Украине и мире: управление, технологии, модели: коллективная монография / Под наук. ред. проф. Волошина И. М. - Луцк: РВВ Луцкого НТУ, 2015. - 328 с.
3. Ковалев Г. Н. Тенденции развития туризма в современных социально-экономических условиях / Г. Н. Ковалев, В. А. Виноградова // «Экономика и социум». – 2016. – №1(20). – С. 1-9.
4. Рябова Т. В. Самостоятельный туризм как средство инкультурации личности / Т. В. Рябова, Е. В. Эртман // Сервис plus. – 2017. – Т. 11. – С. 31-38.
5. Рябова Т. В. Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма / Т. В. Рябова, Е. В. Эртман // Сервис plus. – 2016. – Т. 10. – № 3. – С. 3-5.
6. Сизинцев А. Самостоятельные путешествия: тренд с большим будущим [Электронный ресурс] / А. Сизинцев // ЧасКоре. – 28.12.2013. – Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/samostoyatelnye_puteshestviya_trend_s_bolshim_budushchim_30464.
7. Шашмурина В. А. Самостоятельный туризм в современных условиях [Электронный ресурс] / В. А. Шашмурина // NovaInfo. – №65-1, 15.05.2017. – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/?nid=13053>
8. FIT Travel: All About Independence. [Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.tripsavvy.com/fit-travel-3252289>

References:

1. Antonenko V. S. Independent tourism as an alternative to organized tourism: advantages, challenges, threats/ V. Antonenko, V. Khutkyy // Bulletin of the Kiev National University of Culture and Arts. Series: Tourism. - 2018. - Vol. 2. - pp. 67-79
2. Prospects for the development of tourism in Ukraine and the world: management, technology, models: a collective monograph / Sub Sciences. ed. prof. Voloshina I. M. - Lutsk: RVV Lutsk NTU, 2015. - 328 p.
3. Kovalev G. N. Trends in the development of tourism in modern socio-economic conditions / G. N. Kovalev, V. A. Vinogradova // “Economy and Society”. - 2016. - №1 (20). - pp. 1-9.
4. Ryabova T. Independent tourism as a means of inculturation of personality / T. Ryabova, EV Ertman // Service plus. - 2017. - vol. 11. - pp. 31-38
5. Ryabova T. V. Socio-cultural aspects of independent tourism / T. V. Ryabova, E. V. Ertman // Service plus. - 2016. - Vol. 10. - n 3. - pp. 3-5.
6. Sizintsev A. Independent travel: a trend with a great future. [Electronic resource] / A. Sizintsev // ChasKore. - 12.28.2013. - Retrieved from: http://www.chaskor.ru/article/samostoyatelnye_puteshestviya_trend_s_bolshim_budushchim_30464.
7. Shashmurina V. A. Independent tourism in modern conditions [Electronic resource] / V. A. Shashmurina // NovaInfo. - №65-1, 05/15/2017. - Retrieved from: <https://novainfo.ru/article/?nid=13053>
8. FIT Travel: All About Independence. [Electronic resource]/ Retrieved from: <https://www.tripsavvy.com/fit-travel-3252289>