

УДК 711.557

**Юлія Чикайло,**

*канд. геогр. наук, старший викладач кафедри туризму*

**Марія Вишневська**

*студентка кафедри туризму*

*Львівський державний університет фізичної культури*

*м. Львів*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА СПОЖИВАЧІВ ХОСТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВІВ)**

Кожен сегмент туристичного ринку характеризується певними особливостями туристичних послуг, які пропонують, і, відповідно споживачами, які зацікавлені в їх купівлі. Залежно від асортименту послуг, їх вартості, якості надання та інших характеристик, буде відрізнятися середньостатистичний клієнт. Ми дослідили хостельний туристичний ринок споживачів на прикладі окремих хостелів міста Львова.

У процесі дослідження було розроблено анкету та проведено опитування близько 1600 респондентів (гостей) хостелів. У результаті аналізу опрацьованих даних підтверджено, що основна частина відвідувачів (60 %) – це молодь віком від 18 до 25 років. Показники кількості поселень знижуються залежно від вікової категорії. Так, люди віком від 25 до 35 років становлять 23 % від загальної кількості відвідувачів, а від 35 до 45 років – усього 10 % (див. рис. 1).

Варто зауважити, що туристи віком від 45 і більше років усе ж зупиняються у хостелах. Їх частка становить 5 % від загального обсягу.

Така статистика також відображає загальну тенденцію зацікавленості сучасної молоді до подорожей та активного способу життя (див. рис. 2).

Дані свідчать, що значна частина туристів – це чоловіки (65 %). Жінки становлять лише 35 %, що можна пояснювати наданням переваги більш комфортному, захищеному, відокремленому (приватному) проживанню під час подорожей, тоді як чоловіки готові зупинитися у загальних кімнатах, вони є менш вибагливими до комфортних умов проживання, які можуть забезпечити до прикладу готелі.

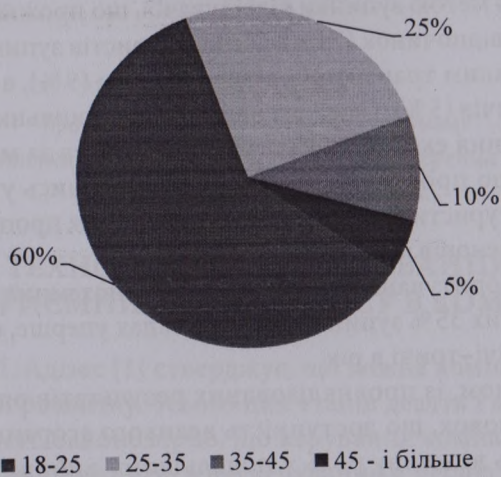


Рис. 1. Частка відвідувачів хостелів залежно від вікової категорії

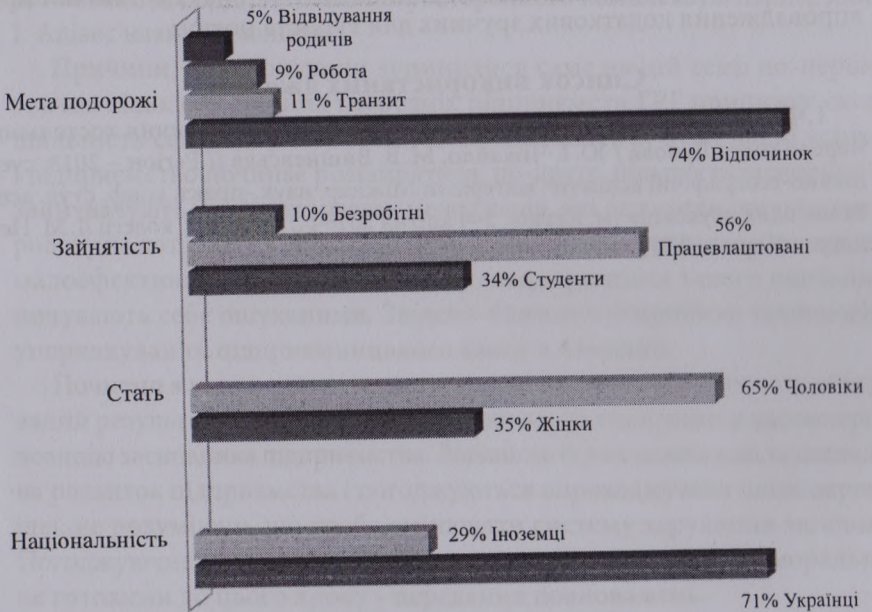


Рис. 2. Загальна характеристика відвідувачів хостелів

Основною метою зупинки відвідувачів, що проживають у хостелах, переважно є відпочинок (74%). Менше туристів зупиняються у зв'язку із довготривалим транзитом і відрядженням (9%), а також для відвідування родичів (5%). Отже, на нашу думку, доцільним є розроблення й упровадження екскурсійних турів у межах та за межами міста для тих гостей, що проводять дозвілля, зупиняючись у хостелі. Під час опитування туристи позитивно відгукнулися на пропозицію введення тематичних вечорів.

Загалом в опитувані брали участь 29% іноземних туристів та 71% українців, з них 35% зупинилися у закладах уперше, 65% зупинилися у хостелах двічі–тричі в рік.

Таким чином, із проаналізованих результатів опитувань можна зробити висновок, що доступність великого асортименту послуг відіграє досить важливу роль у подальшому виборі туристом місця розміщення. Отже, будь-який заклад хостельного типу, незважаючи на розташування і наявність поруч із підприємством великої кількості магазинів, аптек, сувенірних магазинів, повинен потурбуватися про впровадження додаткових зручних для туриста послуг.

### **Список використаних джерел:**

1. Чикайло Ю. І. Особливості територіального розміщення хостельної мережі міста Львова / Ю. І. Чикайло, М. В. Вишневська // Регіон – 2018: суспільно-географічні аспекти : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. студ. асп. та молодих науковців (м. Харків, 3–4 квітня 2018 р.) / гол. ред. колегії Л. М. Немець. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. – С. 161–164.