

СЕМЕНКОВ А.В.,

голова Співки сприяння розвитку
сільського туризму

**ПРИНЦИПОВА ЗМІНА ТУРИСТИЧНИХ ВПОДОБАНЬ
УЧАСНИКІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ:
РИЗИКИ, ОЧІКУВАННЯ, МОЖЛИВОСТІ**

Під впливом кардинальних змін в політичній перебудові України після 2014 року спостерігається зміна туристичних вподобань, запитів і потреб громадян країни, в тому числі у "внутрішньому туризмі".

Відомо, що внутрішнім туризмом, поки досить непрезентабельним, щорічно 10% населення країни готові користуватись, за умов 5-зіркового обслуговування.

Реально ж у 2013 році в категорію "учасник туристичного потоку внутрішнього туризму України" можна віднести не більше 3,2% населення країни. Іншими словами, потенціал учасників внутрішнього туризму далеко не вичерпаний. Разом з тим, якщо в перший, 2014 рік, була помітна тенденція ослаблення туристичного потоку під впливом очікувань зміни добробуту в українських сім'ях (у цілому близько 15% зменшення потоку від 2013 року), то у 2015 році, "падіння" внутрішнього туристичного ринку реально склало більше, ніж наполовину від 2014 року в абсолютному вигляді (кількість туристів). У 2016 році тенденція катастрофічно продовжується. Тільки за перше півріччя загальне зниження кількості учасників внутрішнього туризму досягла 60% від торішнього результату за цей же період.

Частково цьому сприяла політична складова: нестабільність у Криму, на Закарпатті, у Східних регіонах країни. Ризик опинитися в "гарячій точці" у спокійному стані в Кирилівці, Бердянську та т.д.

У той же час, внутрішній турист іноді нехтує загальноприйнятими установками і серйозною рекламою, вважаючи за краще повернення на "старі" місця для отримання позитивних емоцій і ефекту від відпочинку. Крім того, на коливання ринку в 2015-2016 роках істотний вплив справив реальний стан курортів країни і туристичних регіонів. Так, практично незавантаженими в 2016 році залишилися багато курортних об'єктів у Херсонській області (екологія, екстремізм), Запорізькій та Донецькій областях (близькість фронту, наявність певного "контингенту" що безкоштовно обслуговуються).

Інтерес представляє динаміка "включення" традиційного туристичного регіону – Криму, у загальноукраїнський туристичний процес. Якщо у 2014 році ринок за участю українського туриста в Криму склав трохи більше 30% від показників 2013 року. То у 2015 році від насилу подолав рубіж 15% від еталонного 2013 року. Однак в 2016 році, не звертаючи увагу на певні складнощі на кордоні Херсонської області та Криму, півострів відвідало понад 1200000 відпочиваючих і туристів, у т.ч. своїм автотранспортом – понад 400000 туристів, громадян "материкової" України.

Вивчаючи динаміку туристичного потоку, можна зробити наступні спостереження. У цілому ринок внутрішнього туризму має явно виражену тенденцію до скорочення як числа учасників, так і до обсягу залучених фінансових коштів, які туристи готові витратити (вкласти в галузь) в ході подорожі. Криза, що розростається в країні і далі буде знижувати кількість учасників галузі.

У той же час, кмітливі туроператори і турагенти, власники об'єктів обслуговування туристів, і в цих непростих умовах можуть "наростити" обсяги і доходи від внутрішнього туризму.

Неодмінною умовою збереження обсягів в кількісному і фінансовому вимірах, є баланс між кількістю і якістю пропозиції готового туристичного продукту. Простою експлуатацією місцевих краєвидів, туристичних об'єктів або

бальнеологічних факторів вже не обійтися. Необхідно робити істотний стрибок у створенні нових, якісно і кількісно нових пропозицій на ринку.

Простої організації кінних прогулянок місцевістю вже не буде достатньо. Але в поєднанні з новими послугами, наприклад, доглядом за кіньми або організацією розважальних боїв, змагань для глядачів або гонок на конях, можливо, з елементами циркової вистави, використанням поні, віслюків і ослів, і т.д. є шанс на залучення відпочиваючого на цілий день, створюючи йому позитивний настрій і відчуття фінансової стабільності для власників бізнесу.

Аналогічна картина в "пляжному туристичному бізнесі", агротуризмі, екотуризмі і при організації турів або локальних туристичних проектів у Карпатах і Прикарпатті, плавнях Придніпров'я і т.д.

Є десятки вражаючих прикладів стабільно прибуткового бізнесу на ринку надання туристичних послуг у 2016 році, що дозволяють розширювати галузь як територіально так і за асортиментом послуг. Але є і не менш значна цифра об'єктів з надання туристичних послуг, яка змушена була призупинити в ці роки свою діяльність.