

¹ д-р екон. наук, проф., Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро

² аспірант, Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро

STAYCATION: ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

Туристична діяльність в багатьох країнах, за умови розвиненої туристичної інфраструктури та наявності природних або штучних ресурсів, придатних для відпочинку, приносить немалі кошти в скарбничку бюджету країни.

На наш погляд, в сучасних умовах, в умовах воєнного стану, в Україні потрібно направити зусилля причетних організацій для розвитку внутрішнього туризму в Україні, адже в нашій країні є майже двісті «туристичних магніти», які розташовані в кожній області, а також безліч цікавих та корисних для відвідування потенційного туриста місць.

Ми пропонуємо звернути увагу уряду на розвиток такого виду туризму, який має назву Staycation (Стейкейшн). Це такий вид відпочинку, коли людина знаходить туристичні рекреаційні локації, які їй підходять, саме для конкретної людини. Комусь достатньо басейну та сауни, комусь достатньо скуштувати вишукані страви, а комусь хочеться екстремального відпочинку. Коли ми кажемо про туризм виду Стейкейшн, то маємо на увазі, що всі перераховані вище види відпочинку та весь спектр туризму (або майже весь) громадянин України, за бажанням, може знайти недалеко від місця власного проживання. Тобто, на наш погляд, рівень задоволення від смаження м'яса на власному подвір'ї може бути таким же, як наприклад, відвідувати ресторан та їсти таке ж м'ясо за сотні або тисячі кілометрів від дому в іншій країні.

В Україні є всі передумови для розвитку оздоровчого, релігійного, екстремального, спортивного, молодіжного, ділового, івент, хорті, мисливського та багатьох інших видів туризму, адже маємо різні кліматичні зони та прекрасні локації для відпочинку.

В умовах воєнного стану, коли є певні обмеження на виїзд чоловіків за кордон, туризм виду Стейкейшн може стати єдиним доступним джерелом відпочинку родини в повному складі. Окрім того, витрати на подорож в своїй країні будуть значно менше та передбачувані, аніж подорож за кордон. При подорожах всередині країни турист уникне безліч потенційних негараздів при перетині кордону – від необхідності оформляти візу тощо, обмеження видів та ваги багажу, мовні бар'єри, ризики при обміні валюти тощо. В решті решт, турист може приїхати за кордон та опинитися в локації зовсім не того рівня, що він бачив в Інтернеті та на що розраховував (наприклад, готель він передбачав буде розташований на першій лінії від моря, а виявилось, що це не так, або туристові потрібно подорожувати з домашніми улюбленцями, а там це заборонено тощо). В такому випадку знову підкреслюємо, що туризм виду Стейкейшн – це можливість зберегти власні нерви та гроші. Адже плануючі подорож в своїй країні, турист майже точно знає що він отримає та за які гроші. Крім того, він може забронювати номери в готелі на найвигідніших умовах, адже матиме найсвіжішу інформацію, тому що має можливість її отримати раніше за іноземних туристів.

Якщо вести мову про ставлення населення до внутрішнього туризму, то нам здається, що більшість туристів вважає, що гарно відпочити можна лише далеко від дому, а ще краще – в іншій країні. Скоріш за все, такий стереотип склався внаслідок слабкої інформаційної кампанії щодо можливих туристичних локацій в Україні. Якщо причетні організації стимулюватимуть попит туристів саме на внутрішні напрямки, то це допоможе розвинути туризм на регіональному рівні, підтримати фінансово кожна громаду, яка готова прийняти туристів.

Для підвищення свідомості потенційних туристів потрібно також проводити потужні інформаційні кампанії, які б роз'яснювали про негативний вплив транспорту на навколишнє середовище (а турист, безумовно, в процесі туристичної подорожі використовує декілька видів транспорту) і закликали б туристів подорожувати недалеко від дому, обмежуючі використання

транспорту, уникаючи овертуризму, та переходити та свідомий туризм, тобто такий, при якому відпочинок людини не завдає шкоди довкіллю.