**3.2.1. Цільові ринки та можливі інвестори**

Цільовим ринком проекту створення «InterMedicalEcoCity» є ринок туризму, в якому виокремлюються види туризму залежно від його цілей – відпочинок, лікування, спорт, пізнавальні, гостьові, ділові цілі.

Медичний туризм – термін, що позначає практику надання медичних послуг за межами країни проживання, поєднання відпочинку за кордоном з отриманням висококваліфікованої медичної допомоги.

Оздоровчий туризм – наймасовіший й найпопулярніший напрям медичного туризму, який існує ще з античних часів. У XX столітті в світі виникла ціла курортна індустрія, що охоплює практично всі країни і континенти. На базі традиційних кліматичних, бальнеологічних, і грязьових курортів з'явилися нові форми оздоровлення – SPA, wellness, fitness. Найбільшого поширення і популярності отримали курорти, що пропонують кілька лікувально-оздоровчих напрямів, особливо SPA-курорти або SPA-готелі. Останні можуть перебувати не тільки в курортних зонах, але й у великих мегаполісах, і також надавати послуги з оздоровлення та релаксації.

Пізнавальний туризм – це один з різновидів туристичної галузі, полягає в організації турів історичної, культурної, пізнавальної спрямованості. Такі тури розробляються агентствами та операторами, зважаючи на коло інтересів потенційних туристів, і можуть представляти різні тематики, такі як, наприклад, літературні тури по місцях життя відомих поетів й письменників з відвідуванням особливих місць і музеїв їхньої творчості, історичні тури по місцях, які мають значущу історичну цінність, також дуже популярні тури з вивченням архітектурних особливостей міст і країн, фольклорні тури, тури з відвідуванням картинних галерей, а так само будь-які інші тематики, цікаві певному колу людей.

Релігійний туризм передбачає паломництво по святих місцях. Центри – Ватикан, Єрусалим, Мекка, Медина, Афон, Стамбул, Нікосія, Сергіїв Посад, Київ, Москва, Балі.

Спортивний туризм – вид спорту, в основі якого лежать змагання на маршрутах, які включають подолання категорійних перешкод у природному середовищі (перевалів, вершин, порогів, каньйонів, печер тощо), і на дистанціях, прокладених в природному середовищі і на штучному рельєфі. Спортивний туризм має на меті спортивне вдосконалення в подоланні природних перешкод. Для реалізації спортивної мети здійснюють поїздки, насичені природними перешкодами, що дозволяє класифікувати їх як спортивні походи. Спортивним туризмом в Україні займається Федерація Спортивного Туризму Україні. Основною ідеєю спортивного туризму є участь спортсменів у спортивних походах, змаганнях зі спортивного туризму, експедиціях і екскурсіях.

Існують такі види спортивного туризму. Пішохідний туризм (пішохідні тури та екскурсії) – це різновид туристського подорожі, яка здійснюється пішки. Маршрути пішохідних походів частіше прокладаються на рівнині або в передгір'ях, невисоких горах (орієнтовно до 3000 м), практично в будь-яких районах. Для пішохідного туризму часто необхідно спеціальне спорядження: рюкзак, намет, взуття і т.п.

Гірський туризм – вид туризму, що полягає в пересуванні групи людей за допомогою мускульної сили по певному маршруту, прокладеному в гірській місцевості в умовах високогір'я. Основний фактор, який відрізняє гірський туризм від інших видів спортивного туризму (і об'єднує його з альпінізмом) – те, що походи проходять на значній (більше 2500-3000 метрів) абсолютній висоті над рівнем моря.

Водний туризм – один з видів спортивного туризму, який полягає в подоланні маршруту по водній поверхні. Розрізняють декілька видів водного туризму: сплав по річках, рафтинг, вітрильний туризм, морський каякінг. Для заняття водним туризмом використовуються спортивні судна каркасної, каркасно-надувної, надувної конструкції. Найпоширенішим у світі судном для комерційного сплаву є рафт, який являє собою однокорпусне надувне судно.

Кінний туризм – вид активного відпочинку, що полягає в проходженні туристичного маршруту на конях верхи або в упряжці за межами стайні з подоланням локальних і протяжних перешкод. Кінні походи можуть проводитися з супроводом, коли речі та харчування доставляється окремо від основної групи, так і без нього. Кінний похід, що задовольняє спортивним правилам і заявлений належним чином в маршрутно-кваліфікаційної комісії, називається спортивним.

Велосипедний туризм (велотуризм) – один з видів туризму, в якому велосипед служить головним або єдиним засобом пересування. Велотуризм як активний відпочинок полягає в проходженні на велосипеді маршрутів, які містять загальнотуристичні та специфічні для велотуризму об'єкти екскурсійного характеру.

Вітрильний туризм – це вид спорту, що поєднує елементи парусного спорту, звичайного туризму і туризму екстремального. Зазвичай в цьому виді спорту використовуються багатокорпусні розбірні вітрильні судна - катамарани і тримарани. Катамарани і тримарани мають порівняно маленьку вагу і велику енергоозброєність, що робить їх вельми швидкохідними, а це дозволяє за короткий час проходити великі відстані, незважаючи на погоду.

Екологічний туризм (англ. ecotour, ecotourism) – порівняно нове поняття в туристичній діяльності. Основна причина виникнення екологічного туризму знаходиться у невідрегульованості відносин у системі «суспільство-природа», або в туристичній інтерпретації – «туризм-екологія». Саме орієнтацією на екологічну складову можна пояснити підвищену увагу в останні роки до відвідування місць з незміненим або мало зміненим природним середовищем. Численні опитування туристів свідчать, що серед провідних мотивів туристських подорожей на перший план все більше виступає прагнення людей до спілкування з природою.

Екотуризм може сприяти вирішенню безлічі проблем, пов'язаних з деградацією навколишнього середовища, в першу чергу, деградацією земельних і водних ресурсів та біорізноманіття.

Сільський туризм (rural tourism) – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами.

Поняття «сільський туризм» часто ототожнюють з «агротуризмом», але сільський туризм значно ширше. Агротуризм (farm tourism) – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятись у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах домогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до домогосподарства, наприклад в кемпінгах та наметах. Агротуризм таким чином виступає однією з форм сільського туризму.

За віково-соціальною ознакою спортивний туризм поділяється на: дитячий туризм; юнацький туризм; дорослий туризм; сімейний туризм; туризм для людей з обмеженими можливостями.

***Загальні тенденції розвитку ринку туризму***

Україна займає одне із провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та культурними ресурсами, здатними генерувати значний туристичний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Згідно із статистичними даними за 2012 рік в Україні налічується 5017 об’єктів культурної спадщини, зокрема 891 об’єкт національного та 4126 об’єктів місцевого значення. Україна має великий природно-заповідний фонд, загальна кількість об’єктів якого становить 7739 одиниць, які займають площу 3744,5 га, в тому числі 23 заповідники, 47 національних природних парків, 28 ботанічних садів та 12 зоологічних парків.

Завдяки Євро-2012 за період 2008 – 2012 рр. у приймаючих місцях та на території відповідних областей відкрито 126 новозбудованих та реконструйованих засобів розміщення з загальною кількістю 6878 номерів.

Водночас, останніми роками створено значну кількість туристичних інформаційних центрів та пунктів: станом на кінець 2012 року – 139 одиниць.

Станом на кінець 2012 року в Україні також налічується 2385 діючих ліцензій на провадження туроператорської діяльності, з яких 372 – на туроператорську діяльність тільки з внутрішнього та в’їзного туризму.

Однак, за оцінками міжнародних організацій туристичного спрямування, економічні показники надходжень від сфери туризму в Україні загалом залишаються недостатніми. Всесвітня Рада подорожей та туризму (World Travel and Tourism Council, WTTC), яка є міжнародним форумом світових лідерів індустрії туризму, оцінює прямий внесок сфери туризму до ВВП держави у 2011 році у розмірі 24,6 млрд. грн. або 2% ВВП та у 2012 році – до 2,6%.

Між тим за даними Medical Insights International, доходи тільки від лікувального туризму щороку зростають на 20%, при цьому річні обороти ринку сягають 40-60 млрд. дол. Доречно нагадати, що державний доход від рекреаційної сфери (туризм, відпочинок, санаторне лікування) в Іспанії складає 30%, Франції – 21%, Італії – 11%, Данії і Австрії – 8%.

Проте інфраструктура лікувально-оздоровчого туризму в Україні зазнає негативних змін, кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів, за рідким виключенням, зменшується на протязі останніх 5 років (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Санаторно-курортні та оздоровчі заклади України

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Санаторії та пансіонати з лікуванням\* | | Санаторії-профілакторії | | Будинки і пансіонати відпочинку | | Бази та інші заклади відпочинку | | Дитячі оздоровчі табори | |
| всього | у них ліжок, тис. | всього | у них ліжок, тис. | всього | у них місць, тис. | всього | у них місць, тис. | всього | у них місць, тис. |
| 1992 | 531 | 155 | 571 | 54 | 321 | 106 | 2135 | 298 | … | … |
| 1993 | 546 | 157 | 544 | 52 | 308 | 95 | 2003 | 294 | 7242 | 632 |
| 1994 | 539 | 156 | 520 | 47 | 303 | 90 | 1968 | 268 | 6249 | 266 |
| 1995 | 551 | 159 | 517 | 43 | 294 | 83 | 1862 | 263 | 5884 | 256 |
| 1996 | 545 | 155 | 463 | 39 | 286 | 80 | 1777 | 240 | 5615 | 242 |
| 1997 | 536 | 155 | 428 | 33 | 289 | 76 | 1754 | 236 | 5601 | 237 |
| 1998 | 547 | 156 | 416 | 33 | 292 | 77 | 1913 | 234 | 6904 | 241 |
| 1999 | 547 | 155 | 404 | 32 | 303 | 71 | 1961 | 235 | 7644 | 236 |
| 2000 | 549 | 151 | 377 | 31 | 266 | 63 | 2010 | 238 | 7615 | 227 |
| 2001 | 555 | 151 | 357 | 29 | 273 | 61 | 2015 | 236 | 8578 | 221 |
| 2002 | 544 | 151 | 334 | 28 | 290 | 63 | 1982 | 236 | 10890 | 231 |
| 2003 | 536 | 147 | 325 | 27 | 292 | 62 | 2005 | 236 | 14961 | 228 |
| 2004 | 531 | 147 | 311 | 25 | 302 | 62 | 2033 | 231 | 19443 | 256 |
| 2005 | 524 | 145 | 291 | 23 | 321 | 65 | 2016 | 233 | 18366 | 236 |
| 2006 | 520 | 148 | 277 | 23 | 301 | 63 | 1976 | 232 | 18238 | 231 |
| 2007 | 523 | 143 | 269 | 21 | 302 | 64 | 1934 | 224 | 18363 | 226 |
| 2008 | 518 | 142 | 262 | 21 | 302 | 64 | 1916 | 221 | 18672 | 218 |
| 2009 | 513 | 141 | 252 | 21 | 296 | 62 | 1907 | 216 | 17379 | 198 |
| 2010 | 510 | 141 | 234 | 19 | 290 | 60 | 1920 | 217 | 17342 | 196 |
| 2011 | 508 | 141 | 224 | 19 | 280 | 59 | 1947 | 216 | 17703 | 194 |

Відповідно змінюється величина та структура в’їзного туристичного потоку (табл. 3.4 – 3.5).

Таблиця 3.4 – Структура в’їзного туристичного потоку за мотивацією

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Види туризму | Кількість туристів (млн. осіб) | Кількість туристів (%) | Динаміка зміни туристичного потоку |
| Службова поїздка | 0,7 | 4% потоку | Збільшення на 10%, або на 84,5 тис. осіб |
| Організований туризм | 1,2 млн. осіб | 6% потоку | Зменшення на 17%, або на 234,7 тис. осіб |
| Приватний туризм | 19,2 млн. осіб | 90% потоку | Збільшення на 4%, або на 700,4 тис. осіб |

Таблиця 3.5 – Туристичні потоки України з 2000 по 2012 рр.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість громадян України, які виїжджали за кордон - усього | Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну - усього | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього | Із загальної кількості туристів: | | | Кількість екскурсантів |
| іноземні туристи | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |
| 2000 | 13422320 | 6430940 | 2013998 | 377871 | 285353 | 1350774 | 1643955 |
| 2001 | 14849033 | 9174166 | 2175090 | 416186 | 271281 | 1487623 | 1874233 |
| 2002 | 14729444 | 10516665 | 2265317 | 417729 | 302632 | 1544956 | 1991688 |
| 2003 | 14794932 | 12513883 | 2856983 | 590641 | 344 332 | 1922010 | 2690810 |
| 2004 | 15487571 | 15629213 | 1890370 | 436311 | 441798 | 1012261 | 1502031 |
| 2005 | 16453704 | 17630760 | 1825649 | 326389 | 566942 | 932318 | 1704562 |
| 2006 | 16875256 | 18935775 | 2206498 | 299125 | 868228 | 1039145 | 1768790 |
| 2007 | 17334653 | 23122157 | 2863820 | 372455 | 336049 | 2155316 | 2393064 |
| 2008 | 15498567 | 25449078 | 3041655 | 372752 | 1282023 | 1386880 | 2405809 |
| 2009 | 15333949 | 20798342 | 2290097 | 282287 | 913640 | 1094170 | 1909360 |
| 2010 | 17180034 | 21203327 | 2280757 | 335835 | 1295623 | 649299 | 1953497 |
| 2011 | 19773143 | 21415296 | 2199977 | 234271 | 1250068 | 715638 | 823000 |
| 2012 | 21432836 | 23012823 | 3033647 | 269969 | 1956483 | 807195 | 865026 |

Таким чином, відслідковується взаємозв’язок між скороченням санаторно-курортних та оздоровчих закладів України та значним зниженням потоку організованих туристів.

Динаміку потоків іноземних відвідувачів та туристичних потоків України представлено на рисунках 3.7 – 3.9.



Рисунок 3.7 – Динаміка кількості іноземних громадян, які відвідали Україну в 2000-2012 рр. (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)



Рисунок 3.8 - Динаміка кількості іноземних туристів, які відвідали Україну в 200-2012 рр., згідно даних Державної служби статистики (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)



Рисунок 3.9 – Динаміка кількості внутрішніх туристів в 2000-2012 рр., згідно даних Державної служби статистики (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)

Падіння в’їзного туристичного потоку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок зменшення кількості подорожуючих з країн: Польща (на 18%, або на 457 тис. осіб), Великобританія (на 4%, або на 2,5 тис. осіб), Данія (на 6%, або на 0,7 тис. осіб), Румунія (на 15%, або на 166,8 тис. осіб). Зростання в’їзного туристичного потоку з країн СНД відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн: Азербайджан (на 14%, або на 9,4 тис. осіб), Білорусь (на 2%, або на 72,6 тис. осіб), Киргизстан (на 72%, або на 7,5 тис. осіб), Узбекистан (на 9%, або на 9,1 тис. осіб), Росія (на 13%, або на 927,4 тис. осіб).

Рейтинг 10 головних країн в’їзного туризму наведено в табл.3.6.

Таблиця 3.6 – Рейтинг 10 головних країн в’їзного туризму в Україну

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Країна | Кількість осіб | Частка (%) | 2010/2009 рр. (%) |
|  | Всього за 2010 р | 21122157 | 100 | 2 |
| 1 | Росія | 7881321 | 37 | +13 |
| 2 | Молдова | 4057678 | 19 | -6 |
| 3 | Білорусь | 3056157 | 14 | +2 |
| 4 | Польща | 2085245 | 10 | -18 |
| 5 | Угорщина | 941240 | 5 | +16 |
| 6 | Румунія | 909553 | 4 | -15 |
| 7 | Словаччина | 609279 | 3 | +13 |
| 8 | Німеччина | 225356 | 1 | +6 |
| 9 | США | 122955 | 0,6 | +2 |
| 10 | Узбекистан | 104719 | 0,4 | +9 |
|  | Разом 10 країн | 19993503 | 94 |  |

Структура в’їзного туристичного потоку за країнами походження наведена в табл.3.7.

Таблиця 3.7 – Структура в’їзного туристичного потоку за країнами походження

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни СНД | 15,4 млн. осіб | 73% потоку | Збільшення на 5%, або на 747,9 тис. осіб |
| Країни ЄС | 5,3 млн. осіб | 25% потоку | Зменшення на 7%, або на 393,4 тис. осіб |
| Інші країни | 458,1 млн. осіб | 2 % потоку | Збільшення на 6%, або на 26,6 тис. осіб |

Отже, *туристичний ринок в Україні перебуває на стадії становлення*. Стан ринку туристичних послуг залежить від стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна є однією з країн, в яких туризм заохочувався державою як активний спосіб проведення дозвілля. Він пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як спосіб життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо населення міст, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг. Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби зумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням можливостей України на ринку міжнародного туризму. З країни-реципієнта із дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму. Такий процес був притаманний на перехідному етапі для Польщі, Чехії та інших колишніх соціалістичних країн і має об’єктивне соціально-економічне підґрунтя. Поступові позитивні зміни в економіці також позначились на туристичних фірмах України, поліпшення матеріального становища населення створило об’єктивні передумови для розвитку сприятливого ринкового середовища для туристичної діяльності. Позитивні результати дала й державна туристична політика передусім у зв’язку з впровадженням системи ліцензування, що посилило контроль за якістю туристичного обслуговування.

Незважаючи на позитивні зрушення на національному ринку туристичних послуг, які позначені розширенням обсягів діяльності на внутрішньому ринку і збільшенням потоку іноземних відвідувачів, ще помітною залишається тенденція перевищення виїзного потоку над в’їзним у структурі міжнародного туризму.

За загальними прогнозами на ринку іноземного (в’їзного) туризму спостерігається значна сезонність, «пік» якої спостерігається в липні-серпні, оскільки основною метою приїзду в Україну іноземних туристів є відпочинок (понад 50 % усіх відвідувань) та бізнес (майже 32 %). Відповідно до мети приїзду потік іноземних туристів поділяється й територіально: майже половина його спрямована на АР Крим, третина – Київ, п’ята частина – Одеську область і майже 7% – Львівську. За останні три роки до України спрямовані туристичні потоки із 168 країн світу. Спостерігається зростання в’їзного потоку з країн СНД (особливо Казахстану, Молдови, Росії), Туреччини, країн Африки, Східної Азії та Тихоокеанського басейну, з Південної Азії, що, на жаль, свідчить не стільки про туристичну привабливість України, скільки про використання туризму як міграційного інструменту. Зменшується потік з колишніх соціалістичних країн Європи (Чехія, Словаччина, Болгарія, Угорщина), хоча майже п’яту частину обмінів становить прикордонний обмін.

Що стосується внутрішнього туризму в Україні, то, варто відзначити, що відсутність достатньої кількості цікавих екскурсійних маршрутів вже сьогодні стримує його розвиток. За даними Державної служби туризму і курортів, зараз розроблених краєзнавчих програм залишилося не більше 1,5 тис. Проте при цьому більшість з них існує тільки на папері. Список найбільш масових туристичних центрів залишається украй обмеженим. Також стримує внутрішній туризм якість послуг, що надаються, та їх вартість, яка на порядок вище, ніж за кордоном. Так, якщо потенційні споживачі і бажають відпочити в Україні, то в деяких випадках туристичні фірми навіть відмовляють від цього клієнтів, оскільки нинішня вартість путівок не відповідає рівню якості послуг, що надаються.

Проте якщо в екскурсійному туризмі є можливість організувати не лише пізнавальний, але і якісний відпочинок, то у випадку з активним туризмом усе набагато складніше. В Україні, зокрема, достатньо рекреаційного потенціалу для водного туризму, але його розвиток стримує відсутність інфраструктури – водних станцій з кемпінгами і ресторанами, прокатом спорядження, як в інших країнах.

Останнім часом зазнає значних змін ринок лікувально-оздоровчого туризму. Традиційні санаторії та курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку та стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів. Сучасні трансформації курортних центрів обумовлені, передусім, зміною попиту на лікувально-оздоровчі послуги. Здоровий спосіб життя стає правилом для багатьох людей, тому у всьому світі зростає число тих, хто бажає підтримувати добру фізичну форму. В основному це люди середнього віку, що віддають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі – споживачі такого типу будуть головними клієнтами санаторно-курортних закладів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму в майбутньому. За оцінкою WTTС, лікування і оздоровлення належать до найважливіших туристських мотивацій. За останні 15 років кількість поїздок на лікування збільшилася у світі на 10%. Сьогодні лікувально-оздоровчий туризм набуває глобальних масштабів, і можна говорити, що процес формування світового ринку лікувального туризму активно продовжується, що є значною можливістю для України, яка володіє цінними природними лікувальними ресурсами.

І хоча в цілому можна відмітити поступове становлення ринку туристичних послуг в Україні у зв’язку із стабілізацією соціально-економічної ситуації в країні і поліпшенням добробуту населення, рівень його розвитку та обсяг туристичних потоків в Україні є недостатнім.

*Тенденції розвитку ринку туризму в Херсонської області та Генічеському районі*

Що стосується Херсонської області, то туристичні потоки, окрім виїзного туризму, характеризуються стійкою (за останні 4 роки) тенденцією до зменшення (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 – Туристичні потокиХерсонської області

(осіб)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього | Із загальної кількості туристів: | | | Кількість екскурсантів |
| іноземні туристи | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |
| 2003 | 107351 | 7149 | 4216 | 95986 | 89202 |
| 2004 | 63361 | 5179 | 4098 | 54084 | 18721 |
| 2005 | 70183 | 4979 | 5273 | 59931 | 16982 |
| 2006 | 69203 | 7133 | 5084 | 56986 | 16998 |
| 2007 | 71054 | 7785 | 5574 | 57695 | 26939 |
| 2008 | 94200 | 6412 | 6694 | 81094 | 35234 |
| 2009 | 128096 | 4356 | 6284 | 117456 | 59020 |
| 2010 | 94156 | 3494 | 6046 | 84616 | 24497 |
| 2011 | 37672 | 1623 | 3696 | 32353 | 20788 |
| 2012 | 17494 | 35 | 6512 | 10947 | 9667 |

Наряду з цим спостерігається досить стабільна кількість місць в санаторіях з лікуванням та інших оздоровчих закладах області, окрім дитячих таборів, в яких відбувається скорочення місць, що обумовлено, насамперед, підвищенням вимог до їх ліцензування та категоризації (табл. 3.9).

Таблиця 3.9 – Санаторно-курортні та оздоровчі заклади Херсонської області

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Санаторії та пансіонати з лікуванням | | Санаторії-профілакторії | | Будинки і пансіонати відпочинку | | Бази та інші заклади відпочинку | | Дитячі оздоровчі табори | |
| всього | у них ліжок, тис. | всього | у них ліжок, тис. | всього | у них місць, тис. | всього | у них місць, тис. | всього | у них місць, тис. |
| 2003 | 10 | 2,6 | 9 | 0,7 | 40 | 8,6 | 94 | 14,1 | 620 | 19,0 |
| 2004 | 10 | 2,5 | 9 | 0,7 | 41 | 7,6 | 129 | 16,0 | 876 | 19,1 |
| 2005 | 11 | 2,8 | 9 | 0,7 | 53 | 10,4 | 157 | 21,3 | 779 | 18,6 |
| 2006 | 11 | 2,8 | 9 | 0,7 | 43 | 9,4 | 166 | 24,9 | 674 | 18,3 |
| 2007 | 12 | 2,7 | 9 | 0,7 | 48 | 10,3 | 166 | 23,7 | 644 | 17,4 |
| 2008 | 12 | 2,7 | 8 | 0,7 | 51 | 11,2 | 165 | 22,3 | 568 | 16,3 |
| 2009 | 12 | 2,8 | 8 | 0,7 | 50 | 11,4 | 166 | 21,4 | 491 | 16,5 |
| 2010 | 12 | 2,8 | 8 | 0,7 | 50 | 10,8 | 166 | 21,5 | 502 | 15,7 |
| 2011 | 12 | 2,8 | 7 | 0,7 | 48 | 10,8 | 161 | 19,8 | 515 | 15,7 |

Таблиця 3.10 – Готелі та інші місця для тимчасового проживання Херсонської області

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристики | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 20081 | 20091 | 20101 |
| Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання | 47 | 44 | 39 | 38 | 37 | 34 | 32 | 28 | 120 | 131 | 135 |
| Кількість номерів | 1247 | 1118 | 1081 | 1011 | 1093 | 995 | 989 | 911 | 7628 | 8327 | 9028 |
| Житлова площа всіх номерів, тис.м2 | 25 | 25 | 23 | 22 | 23 | 22 | 20 | 18 | 140 | 155 | 166 |
| Одноразова місткість, місць | 2817 | 2532 | 2401 | 2273 | 2475 | 2186 | 2121 | 1974 | 21681 | 23210 | 25486 |
| Обслуговано приїжджих, тис. | 64,0 | 60,0 | 59,9 | 60,0 | 57,2 | 48,2 | 44,4 | 42,4 | 147,6 | 130,3 | 136,2 |

1З 2008р. з урахуванням інших місць для тимчасового проживання, які працювали сезонно

Динаміка розвитку туристичної інфраструктури Генічеського району надано у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11 – Динаміка розвитку туристичної інфраструктури Генічеського району (за даними звіту ГРДА)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік | Кількість закладів | Кількість ліжко-місць | Кількість рекреантів  (тис. осіб) | Кількість туристичних підприємств |
| 2010 | 129, з них діючих – 92 | 19860 | 200 | 8 |
| 2011 | 121, з них: діючих – 107 | 16000 | 80 | 7 |
| 2012 | 121, з них: діючих – 107 | 16460 | 215 | 7 |

Серед недоліків ринку туризму в Херсонській області та Генічеському районі можна виокремити:

* непідготованість туристичної інфраструктури:
  + відсутність автобусного парку для оренди, як результат, занадто завищені ціни; автобуси, що здаються в оренду досить старі 7-15 років, що не прийнятно для іноземців; відсутність власних автобусних парків в туроператорів;
  + готелі не належного класу, ціни середньоєвропейські або вищі;
  + відсутня можливість розміщувати невеликі групи до 20 осіб;
  + недостатність адекватного житла економ класу;
  + відсутність умов для проведення активних турів: кемпінгів, водних станцій, прокату нового обладнання;
  + низькі стандарти сервісу фактично у всіх підрядників;
  + відсутність достатньої кількості гідів, що розмовляють іноземними мовами та достатньо кваліфікованих супроводжуючих;
  + відсутність туристичної асоціації.

Вищевикладене підсилюється: низькими показниками внутрішнього і зовнішнього туризму в Україні (серед українців, зокрема, на сьогодні подорожують переважно жителі мегаполісів центральної і східної України, середній клас, офісні працівники).

Можливостями для розширення ринку є:

* розвиток напрямку індивідуального туризму для в’їзного туризму;
* розвиток напрямків зеленого туризму, активного туризму, екотуризму, сільського туризму, зокрема агротуризму;
* створення та впровадження турів вихідного дня для внутрішнього туризму;
* створення пакету різноманітних екскурсійних маршрутів;
* створення асоціації компаній, що займаються розвитком внутрішнього і в’їзного туризму.

Потенціал ринку:

* природні умови для лікувально-оздоровчого туризму (потужний кліматичний потенціал, бальнеологічні ресурси);
* природні умови для активного водного, велосипедного туризму, пішохідного туризму;
* природні умови для екотуризму (заповідники, природні пам’ятки, ландшафтні парки тощо);
* наявність культурно-історичних пам’яток та етнографічних об’єктів, розважальних об’єктів у доступності для одноденних екскурсій.

Отже, ґрунтуючись на аналізі загальних тенденцій розвитку туристичного ринку та особливостях рекреаційного потенціалу території реалізації проекту, можна визначити такі цільові ринки: основний – лікувального та оздоровчого туризму, екотуризму та туризм з метою відпочинку, де основні споживачі – сім’ї з дітьми; додаткові – культурно-пізнавальний, зелений, сільський, агротуризм; для залучення молодший за середню вікової групи – спортивний туризм (піший, велосипедний, водний) (табл. 3.12).

Таблиця 3.12 – Цільові ринки проекту за видом туризму

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Інвестування | Розширення | Основна увага | Вивчення |
| Високий існуючий потенціал території, основний напрям розвитку – вихід на ринок | Обмежений існуючий потенціал території, можливість розвитку, допоміжний ринок | Високий існуючий потенціал території, основний напрям – вихід на ринок | Низький існуючий потенціал території, невизначений ринок, напрям – можливий подальший розвиток |
| Внутрішні цільові ринки | | | |
| Лікувальний туризм  Оздоровчий туризм  Відпустка на пляжі  Екологічний туризм  Вільний незалежний туризм | Короткі відпустки  Пішохідні маршрути  Велосипедні маршрути  Водний туризм  Культурно-пізнавальні маршрути  Дитячі розважальні маршрути  Розважальні маршрути для дорослих  Сільський, зокрема, агротуризм  Конференції / зустрічі | Хворі, інваліди та ті, що потребують відновлювального лікування та оздоровлення  Любителі пасивного відпочинку  Сім’ї з дітьми  Любителі культури та пізнавального відпочинку  Любителі спортивного, зеленого туризму  Фахівці-екологи, медики, курортологи, енергетики | Шопінг / розваги  Екстремальний туризм  Wellness – програми  Активний пригодницький туризм |
| Зовнішні (міжнародні) цільові ринки | | | |
| Лікувальний туризм  Екологічний туризм  Вільний незалежний туризм | Конференції  Індивідуальні тури  Культурно-пізнавальні маршрути | Хворі, інваліди та ті, що потребують відновлювального лікування та оздоровлення  Любителі культури та пізнавального відпочинку  Любителі спортивного, зеленого туризму  Фахівці-екологи, медики, курортологи, енергетики | Активний пригодницький туризм  Екстремальний туризм |

Стратегії та дії з розвитку ринку і продукту повинні спрямовуватися на ті ринки, які забезпечуватимуть найвищий прибуток на інвестований капітал. Щоб домогтися бажаної кількості відвідувачів і високої прибутковості, буде важливо використовувати всі можливості території додатково до основної бази, що дозволить урізноманітнити надавані послуги; при плануванні на майбутнє слід враховувати необхідність вивчення досі невизначених ринків. Саме цей процес сформує індивідуальність, позиціонування і просування продукту проекту на ринок.

***Туристична інфраструктура проекту та можливі інвестори***

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об’єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування. Ми розглядаємо її цілісною системою, що складається з двох підсистем: соціальної та виробничої, які взаємопов’язані та взаємообумовлені відносно обслуговуючого суб'єкта.

Інфраструктуру «InterMedicalEcoCity» як територіально-туристичного поєднання визначає необхідність надання таких послуг:

* розміщення (тривалого у випадку лікування та оздоровлення; середньої тривалості – для оздоровлення та відпочинку; короткої тривалості – для відпочинку, екскурсійних подорожей та розваг);
* гастрономічні (забезпечення туристів харчуванням);
* з переміщення туристів (і в межах регіону відвідування, і транзитним проїздом його територією) різними видами транспорту;
* екскурсійні (послуги екскурсоводів, перекладачів, супровідників груп);
* рекламно-інформаційні й збутові (послуги закладів із бронювання місць на транспорті, у засобах розміщення, інформаційно-туристичних центрах, рекламних агентствах, медіа, видавництвах та ін.);
* зі задоволення пізнавальних, розважальних і побутових інтересів;
* торговельних підприємств;
* юридичних, банківських і страхових установ.

Розвиток соціальної інфраструктури повинен відповідати високим стандартам обслуговування, адже турист, віддалений від постійного місця проживання і максимально звільнений від повсякденних турбот, вимагає ефективного обслуговування у вільному часопроведенні. Тут вагоме місце належить закладам розміщення туристів, громадському харчуванню, побутовому обслуговуванню. Саме вони можуть створювати якісні параметри особистого споживання людини, яка відпочиває.

Найбільш важливе місце у наданні послуг посідають ***об’єкти розміщення туристів.*** До основних таких **закладів**належать готелі й аналогічні заклади, комерційні та соціальні заклади розміщення та спеціалізовані заклади розміщення.

Заклади розміщення туристів – це будь-які об’єкти, де туристам пропонують місце для ночівлі. За суттю розміщення туристів вважають найважливішим сегментом туризму. Адже комфортність таких об'єктів впливає на якість обслуговування.

Основними закладами розміщення туристів у «InterMedicalEcoCity» є санаторії, готелі, бази відпочинку, а всі інші – додаткові (рис. 3.10).

Готелі – найпоширеніший тип розміщення туристів. Туристичні потоки прямо залежать від рівня їхнього розвитку та якості послуг, які вони надають. Якість місць проживання й обслуговування залежить передусім від обслуговуючого персоналу, а також матеріально-технічної бази і запропонованого сервісу.

Дотепер єдиного критерію класифікації готелів не існує. Найпоширенішою системою такої класифікації є кількість зірок. Від однієї зірки до п’ятьох застосовують у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні, Росії та інших країнах. За розмірами готелі розподіляють на чотири категорії: до 150 номерів, від 150 до 299; від 300 до 600; від 600 і більше номерів. За вартістю номерів є бюджетні (25-30 доларів); економічні (35-55); середні (55-95); першокласні (95-195), а також апартаментні (65-125) і фешенебельні (125-145 доларів).

Для ефективного функціонування курортно-відпочинкового міста необхідні круглорічні санаторії та готелі. Це зумовить певні труднощі для наповнення таких об’єктів, тому передбачається використання поза сезоном приміщень готелів для проведення конференцій, з’їздів, різних нарад тощо.

Заклади розміщення туристів

Готельного типу

Комерційні

Санаторій

Лікувально-оздоровчі

Санаторій для батьків з дітьми

Етно - санаторій

Готель

Пансіонат

Міні-пансіонат

База відпочинку

Соціальні

Туристична база

Молодіжна база

Кемпінг

**Рисунок 3.10 –** Класифікація закладів розміщення туристів

У цей час для зручності готельного бізнесу створені готельні ланцюги – інтегровані ланцюги з однорідних готелів і готельні консорціуми, які об’єднують незалежні готелі. Інтегровані готельні ланцюги продають однорідні послуги. Усі готельні ланцюги мають відповідні назви і знаки. Найбільше інтегрованих ланцюгів є в США, а в Європі - у Франції.

Система ***громадського харчування*** майбутнього міста буде складатися із ресторанів різного класу, барів, кафе та їдалень, пунктів швидкого приготування їжі та самообслуговування.

Заклади харчування за ознаками підпорядкованості розподіляють на об’єднані в ланцюги та підприємства, які працюють автономно. Тенденції розвитку індустрії гостинності свідчать, що найбільшою популярністю користуються заклади громадського харчування, розміщені у туристичних готелях, пансіонатах, санаторіях. Додатково зі змінним контингентом можуть працювати міські ресторани, кафетерії та ін. Серед існуючих ресторанних ланцюгів особливо зростають ланцюги ресторанів, головною продукцією яких е гамбургери та піца. За останні роки особливо швидко розвиваються ресторани, кафетерії у великих торгових центрах туристичних зон.

За видом обслуговування заклади харчування «InterMedicalEcoCity» поділяються також на такі, де організоване самообслуговування, і на такі, де обслуговують офіціанти. За формою власності вони можуть бути приватними або орендованими (рис. 3.11).

Заклади громадського харчування

За формою власності

За видами обслуговування

Ресторан

За типом

Кафе

Бар

Їдальня

Буфет

Приватні

Орендовані

Самообслуговування

За допомогою офіціантів

За місцем розташування

В закладах розміщення

Окремо в громадської або паркової зоні

В торговельної зоні

**Рисунок 3.11 –** Класифікація закладів харчування

Якщо об’єкти громадського харчування і розміщення туристів є безпосередніми учасниками в обслуговуванні туристів і вони перебувають на території туристичних центрів, то ***побутове обслуговування*** більше тяжіє до постійного населення. Це може створювати певні труднощі у побуті для тих, хто відпочиває. Тому в місцях їхнього зосередження передбачається відкриття приймальних пунктів побутового обслуговування з повним комплексом послуг.

Система ***розважальних закладів*** «InterMedicalEcoCity» буде складатися із універсального розважального центру, аквапарку, розважального комплексу для дітей та розважальних закладів у складі торговельного комплексу.

У виробничій інфраструктурі вагомим сегментом буде *транспортна система*, сформована з дорожньої мережі, транспортних засобів, пристроїв. Дорожньо-транспортна мережа у туристичних регіонах переважно комплексна, адже тут існують багатоцільові зв’язки – виробничі, трудові, туристичні, створені, зазвичай, на основі залізничних, автомобільних, водних та повітряних доріг.

Подальший розвиток *залізничного транспорту* з метою посилення його значення у формуванні туристичних потоків «InterMedicalEcoCity» повинен розвиватися за такими напрямами:

* підвищення комфортності вагономісць до готельного рівня;
* організація спеціальних туристичних поїздів на залізничному транспорті.

Запровадження спеціальних туристичних потягів із підвищеною комфортністю є вкрай необхідним заходом, щоби можна було вистояти в конкуренції за сучасного вибагливого туриста-мандрівника.

На коротких дистанціях, а також на екскурсійних маршрутах, передбачається використання *автомобільних перевезень*. Роль автотранспорту, який перевозить туристів безрейсовими, але добротними дорогами, дуже вагома. Особливо він зручний для перевезення туристів на незначні відстані. Внаслідок прокладання сучасних доріг – автобанів – радіус вигідності перевезення туристів постійно зростає і може досягати понад 1 тис. км. Крім того, зростає популярність автобусного туризму та турів «вихідного дня», що є вкрай важливим для «InterMedicalEcoCity» в аспекті забезпечення завантаженості закладів створюваної туристичної інфраструктури поза туристичним сезоном.

Автобусні перевезення можуть здійснюватися на власних автобусах туристичних фірм, а також на орендованих автобусах у незалежних автотранспортних підприємств.

Слід також зазначити, що у проекті передбачається функціонування автопрокатних контор і оренда автомобіля може навіть входити до пакета послуг.

Одним із найдешевших способів перевезення пасажирів-туристів вважається *водний транспорт*, що здійснює перевезення за допомогою пароплавів, паромів, катерів.

Серед інших інфраструктурних галузей туризму чільне місце посідатимете *сувенірне виробництво*, яке ґрунтуватиметься на створенні й популяризації мистецьких зразків і враховуватимете національні особливості території, де будуть прокладені насамперед міжнародні туристичні маршрути.

Особливості інфраструктури «InterMedicalEcoCity» визначають можливих інвесторів проекту (табл. 3.13).

Таблиця 3.13 – Потенційні інвестори проекту

|  |  |
| --- | --- |
| Інфраструктурні складові | Потенційні інвестори |
| Лікувально-оздоровчі заклади розміщення | Вітчизняні: крупні галузеві або виробничі об’єднання та масштабні підприємства (створення лікувально-оздоровчих закладів для працівників та їх сімей);  Іноземні: державні і приватні медичні та інші об’єднання (відкриття філій та закладів для лікування та оздоровлення своїх громадян – етно-комплексів) |
| Готельні заклади | Вітчизняні та іноземні готельні мережі; вітчизняні крупні галузеві або виробничі об’єднання та масштабні підприємства (створення закладів оздоровлення та відпочинку для працівників та їх сімей) |
| Комерційні та соціальні заклади розміщення | Вітчизняні представники індустрії гостинності, переважно південного регіону |
| Заклади громадського харчування | Вітчизняні представники ресторанної індустрії, переважно південного регіону; мережі ресторанів та кафе швидкого харчування; приватні підприємці |
| Розважальні заклади | Вітчизняні та іноземні представники індустрії розваг, переважно мережні; приватні підприємці |
| Заклади побутового обслуговування | Представники мережних компаній побутового обслуговування, приватні підприємці сфери обслуговування |
| Комерційна нерухомість (торговельні центри) | Вітчизняні та іноземні девелопери, переважно такі, що працюють в сфері ресурсозберігаючого та енергоефективного будівництва комерційної нерухомості |
| Житлова нерухомість | Вітчизняні та іноземні девелопери, переважно такі, що працюють в сфері ресурсозберігаючого та енергоефективного будівництва житлової нерухомості |
| Транспорт | Вітчизняні транспортні компанії та об’єднання |
| Екскурсійні бюро і центри обслуговування туристів | Крупні вітчизняні туристичні оператори та туристичні агенти |
| Юридичні, банківські і страхові установи | Представники банківських та страхових мережних компаній, приватні підприємці юридичної сфери |