

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-74>

УДК 379.8

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТУ

MODERN DIRECTIONS OF DIVERSIFICATION OF THE NATIONAL TOURIST PRODUCT

Баженова Стефанія Едуардівна

доктор історичних наук,

старший науковий співробітник, професор,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3920-285X>**Bazhenova Stefaniia**

Kamianets-Podilskyi National University named after Ivan Ohienko

У статті розкриті актуальні проблеми вітчизняної туристичної галузі та визначені різноманітні напрями щодо розвитку у сфері туризму. На сучасному етапі новою тенденцією стали напрями диверсифікації національного туристичного продукту, зумовлені зміною співвідношення попиту та пропозиції на світовому ринку туризму. Зазначено, що диверсифікація національного турпродукту є одночасно результатом і причиною еволюції цього сектору світового господарства. Автор виділяє особливості туристичного бізнесу в регіонах країни і підтверджує, що останнім часом внутрішній туризм став масовим соціально-економічним явищем України. Обґрунтовані стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні. Основною метою даного дослідження є визначення та аналіз сучасних напрямів диверсифікації національного туристичного продукту.

Ключові слова: туризм, диверсифікація, подієвий туризм, медичний туризм, гастротуризм, конкурентоспроможність.

The article reveals current problems of the domestic tourism industry and identifies various directions of development of the tourism sector. At the current stage, a new trend has become the directions of diversification of the national tourist product, caused by a change in the ratio of supply and demand in the world tourism market. It is noted that the diversification of the national tourism product is both the result and the cause of the evolution of this sector of the world economy. The author highlights the peculiarities of the tourism business in the regions of the country and confirms that domestic tourism has recently become a massive socio-economic phenomenon in Ukraine. The strategic priorities for the development of tourist services in Ukraine are substantiated. Varieties of diversification strategies in the tourism business at the current stage are characterized. The main goal of this study is to identify and analyze modern directions of diversification of the national product. The article examines the theoretical foundations and history of the study of event tourism, its classification, as well as its current state. Characteristic features of event tourism are highlighted, the feature of which is targeting a significant number of consumers. The author emphasizes that event tourism is a special type of tourism, because it is inexhaustible in content. The current state of competitiveness of various regions is evaluated. The expediency of expanding the range and types of services of tourist enterprises is substantiated. In Ukraine, gastronomic tourism began to develop rapidly at the beginning of the 21st century. It was found that gastrotourism is one of the directions of modern tourism, which supports and develops domestic tourism, appreciates local traditions and is an advertisement for the food industry of the regions. The author reveals the reasons for the development of the gastro-tourism industry at the current stage. It is emphasized that today the safety of tourists has become one of the main problems. The peculiarities of the development of medical tourism, the real industry of which has formed in the modern world, are analyzed. The reasons for the increase in the number of medical tourists at the international and regional levels are indicated. It has been proven that medical tourism has the highest growth rates compared to existing types of tourism. Based on the analysis of sciences publications, the author summarizes the main positions of scientists and experts on this problem.

Keywords: tourism, diversification, event tourism, medical tourism, gastro tourism, competitiveness.

Постановка проблеми. Туризм – один із секторів економіки України, що стрімко розвивається і став невід'ємною галуззю кожної країни світу. Формування напрямів національ-

ного ринку туристичних послуг відбувається під дією як внутрішніх, так і зовнішніх потреб. Водночас стабільність і успіх національного ринку гарантується, перш за все, попитом

внутрішнім, тобто потребами населення країни в дозвіллі та змістовному проведенні часу відпочинку. Головним фактором зростання туристичного ринку в Україні є його видова диверсифікація, спричинена розвитком нових напрямків туризму. Наразі питання підвищення туристичної привабливості в регіонах та розвиток сучасних напрямів національного турпродукту є актуальною проблемою, яка потребує нових кроків в даному напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Простежуючи динамічні процеси диверсифікації національного турпродукту дослідники враховують соціальні, культурні та економічні чинники впливу, звертають увагу на важливість досягнень. Теоретичні та науково-методичні основи диверсифікації туристичної діяльності вивчали такі зарубіжні вчені К. Боумен, К. Бекмен, О. Денг, П. Друкер.

Аспекти даної проблеми вивчали такі науковці В. Баєв, В. Бойко, Л. Волощенко, Г. Довгаль, Л. Марценюк, Ю. Ніколаєв, Л. Прокпчук, О. Фастовець, В. Цибух.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Беручи до уваги проведений аналіз публікацій і досліджень на тему сучасного розвитку напрямів диверсифікації національного турпродукту, слід вказати на змістовну і вагому значущість даних праць. Варто зауважити, що необхідно більш досконало дослідити дане питання як у теоретико-методологічному так і в практичному аспектах, зважаючи на регіональні особливості та події сьогодення.

Формулювання цілей статті. Мета статті – розкрити актуальні проблеми та з'ясувати сучасні напрями диверсифікації вітчизняного туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична сфера впливає на головні галузі економіки, які активно змінюються та розвиваються, впроваджують новітні технології, вступають у конкуренцію на світовому ринку товарів і послуг та сприяють припливу інвестицій у всі ключові галузі господарства. На сучасному етапі туризм – це поштовх до розвитку різноманітних частин інфраструктури. Він надає робочі місця і створює перспективи для заробітку, а також умови для функціонування компаній у галузях, які співпрацюють в цій галузі. Україна має значний туристичний потенціал. Вона є однією з основних країн Європи за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. З початку повномасштабного вторгнення Росії туризм в країні скоротив свою діяльність.

Цілеспрямований розвиток туристичної індустрії забезпечується завдяки реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, яка являє собою цілеспрямовану діяльність державних, суспільних і приватних структур, орієнтовану на формування та реалізацію методів, механізмів й інструментів дії правового, економічного, соціального й іншого характеру з метою сприяння ефективному розвитку туристичної індустрії, задоволення внутрішнього та зовнішнього попиту на товари та послуги туристичного призначення завдяки раціональному використанню існуючого туристичного потенціалу [4, с. 52]. Диверсифікація як економічний механізм виступає певним проривом у нові напрями туристичної діяльності, тим самим розширює асортимент послуг; забезпечує компенсацію зниження прибутку на туристичному ринку одних послуг шляхом прибутковості інших. Диверсифіковані туристичні підприємства мають високу ринкову стійкість, є більш конкурентоспроможними, мають змогу переміщати капітал у більш прибуткові напрями. Туризму притаманні два аспекти:

1) дія як унікальний процес – досвід, набутий у подорожі;

2) подія, яка стає механізмом трансляції або ретрансляції досвіду туристичної діяльності в тих цінностях, які людина може отримати в ній [2].

На сучасному етапі значні перспективи на внутрішньому ринку має подієвий туризм, гастротуризм, медичний, які будуть показані та охарактеризовані в даному дослідженні. Варто зазначити, що подієвий туризм є екстраординарним видом туризму, тому що він невичерпний за змістом. Експерти вважають, що в майбутньому кількість учасників подієвих турів помітно збільшиться і може буде більшою за число учасників екскурсійних турів. Синхронно на цьому фоні, значної ролі набуває міжнародний подієвий туризм. Слід зазначити, що сьогодні новою тенденцією є процес диверсифікації торгівлі міжнародними туристичними послугами, що спричинений зміною співвідношення попиту та пропозицій на світовому ринку туризму.

Як зазначає Ю. Ніколаєв: «Сучасні дослідження подієвого туризму мають міждисциплінарний характер. Результати подібних досліджень використовуються менеджерами та державними службовцями задля формування й реалізації ефективних стратегій розвитку подієвого туризму. Стратегії розвитку включають генеральну стратегію, ділові та функціональні стратегії» [5, с. 25].

Характеризуючи даний напрямок туризму, назвемо головні ознаки:

- використання засобів проєктного управління; диверсифікація джерел фінансування;
- можливість прогнозування та періодичність проведення заходів;
- масовість, стимулювання повторного відвідування;
- довготривалість інформаційного ефекту, видовищність, стимулювання розвитку різних галузей туризму.

Наразі, туристичному бізнесу властиво активно використовувати події для формування туристичного продукту і приваблювати туристів саме на подію. Отже, основним ресурсом подієвого туризму є організована подія. Основною перевагою даного ресурсу є його гнучкість, можливість змінювати та доповнювати зміст, в залежності від поставленої мети.

На сучасному етапі розвиток індустрії медичного туризму в обумовлений кількома факторами, серед яких слід виокремити

- поява значної кількості споживачів медичних послуг, які організують якісне лікування з можливістю відпочинку і позитивних вражень від подорожей в інші країни;
- неспроможність швидкого отримання необхідної медичної допомоги (листи-очікування) в країнах Європейського Союзу та в країнах Близького Сходу;
- відсутність в частині країн світу якісної медичної допомоги та придатних технологій лікування й діагностики.

Розвиток медичного туризму в Україні має значні перспективи. Така практика приводить до здорової конкуренції в даній сфері, клініки почнуть працювати більш якісно, модернізують матеріальну базу і розширяють коло своїх послуг. Після створення Української Асоціації Медичного Туризму у 2013 році в'їзний медичний туризм став визнаним і популярним. Географічне положення України на сході Європи та транзитних транспортних шляхів, вартість медичних послуг, яка у два-три рази менше, ніж в найпопулярніших центрах медичного туризму, відсутність черг, велика кількість професіональних лікарів, які мають довголітню практику з успішними результатами є головними перевагами країни.

Відмітною особливістю медичного туризму є те, що саме туристичні оператори медичного туризму здійснюють організацію медичних турів. Важливі фактори для розвитку медичного туризму:

- рівень розвитку медицини, медичних технологій тощо;

- рівень мовної інтеграції в країні;
- належний розвиток транспортного та готельного секторів;
- удосконалена законодавча база;

На думку науковців «Споживачами послуг медичного туризму є населення, яке потребує медичні послуги лікувального, діагностичного, реабілітаційного та профілактичного характеру. При цьому пора року, тривалість, країна, лікарі та клініка обираються пацієнтом залежно від стану його здоров'я, затребуваних медичних послуг (наприклад, кардіохірургічне лікування, імплантація тазостегнових і колінних суглобів, стоматологічна допомога...) і розміру доходів» [4, с. 21].

Водночас буде сформована оптимальна пропозиція у співвідношенні ціни і якості, що приведе до успішної конкуренції з зарубіжними клініками. В майбутньому Україна буде мати змогу конкурувати по ціновим пропозиціям з багатьма країнами.

Медичний туризм може стати одним з пріоритетних напрямків розвитку системи охорони здоров'я в Україні. І для цього вже є досвід у таких сферах як – репродуктивні технології, ортопедія та стоматологія. Курортно-санітарне лікування є одним із привабливих і ефективних в галузі медичного туризму, завдяки існуванню родовищ лікувальних мінеральних вод, озокериту, грязей, екологічно чисте природне середовище.

Більшість громадян відвідують медичні тури, виходячи з мотивації – повинна бути результативність, доступність цін на дані послуги. Найбільший потік пацієнтів медичного туризму пов'язаний з оздоровленням на курортах, лікування у стоматологів і здійснення пластичних операцій. Найчастіше клієнти поєднують відпочинок з отриманням медичних послуг. Зазвичай послуги щодо громадського харчування, уже включені у вартість турів. Разом з тим, туристи часто бажають ознайомитись з особливостями кухні та традиціями, де вони проживають, відвідують заклади харчування, що надає регіону можливість мати додатковий прибуток. Водночас відбувається розвиток торгівлі на певній території, оскільки медичні туристи, які приїжджають до відповідної місцевості, традиційно намагаються придбати сувеніри для того, щоб залишити згадку про своє перебування.

Таким чином, медичний туризм розглядається як різновид господарської діяльності, та є важливою складовою туристичної сфери. Як форма впливу медичного туризму на соціальний та економічний розвиток регіону є дія,

яка виражається у безпосередньому економічно-соціальному ефекті від приїзду пацієнтів у даний регіон.

Гастрономічний (ресторанний, кулінарний) туризм – це спеціалізований вид туризму, поєднаний з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії. Досліджуючи гастротуризм, варто наголосити, що він є спеціалізованим видом туризму і має характерні риси та особливості. Серед них:

- немасовий;
- поєднує ознаки різних сфер туризму;
- працемісткий по створенню кінцевого продукту.

Україна багата своїми національними стравами та натуральними продуктами. Більша частина туристів, що відвідують Україну навіть не здогадуються, який потенціал зберігає в собі наша культура та історія, особливо у сфері гастрономії. Українська кухня має свій характерний стиль та традиції, що славляться і серед інших країн світу. Найвідомішими українськими стравами є борщ, галушки, вареники, бринза, які можна попробувати під час обіду, для багатьох іноземних туристів є неординарними. В якості сфери підприємницької діяльності ресторанне господарство виконує соціальні та економічні функції. Аналізуючи можливості розвитку ресторанного туризму, виділимо перспективні напрями:

- агро, винну, медову, рибну, фруктову-ягідну, сирну, змішану спеціалізацію;
- сформовані гастрономічні бренди;
- традиційні та індивідуальні продукти;
- гастрономічні фестивалі та свята;
- органічне землеробство;
- екзотика;
- етнографічна кухня.

Всі регіони України мають відомі та популярні автентичні страви, але Закарпаття найрізноманітніше за своєю кухнею. В цьому місці поєднуються багатотисячолітні кулінарні шедеври різних культур і національностей, тому цей регіон є лідером за кількістю щорічних гастрономічних фестивалів. Туристи з усіх кутків України намагаються приїхати саме сюди, щоб насолодитися добірним закарпатським вином, фермерськими сирами й делікатесними копченостями. Сучасні туристи бажають відвідати ресторани високої кухні, концептуальні ресторани, ознайомитися з традиційними чи сучасними технологіями вирощування сільськогосподарської сировини та процесів отримання з неї продуктів, часом

ексклюзивних, які прославили той чи інший регіон або місцевість.

Великий потенціал в розвитку гастротуризму має і Черкащина. Територією області протікає найбільша водна артерія України річка Дніпро. Тому серед кулінарних родзинок завжди є рибні страви. До недавнього часу, щорічно, на День міста в Черкасах проходив фестиваль «Полуниця – насолода смаку», де свою майстерність та страви з полуницею представляли близько 30 кулінарних підприємств області. В цьому ж регіоні активно розвивається туризм Умані, який зможе в майбутньому приносити неабиякий вклад не тільки в розвиток духовних та культурних цінностей людини, а також в економіку країни в цілому.

В цій сфері конкурентною перевагою для вітчизняного туризму стала давня традиція хлібосолюства й гостинності, вміння майстерно приготувати страви, вміло їх подати та щедро прийняти гостей. Другою перевагою українського гастротуризму для туристів з інших країн – є доступна ціна на продукти харчування, крафтові продукти, солодощі, алкогольні напої, що збільшують притік туристів і зростання доходів туристичної сфери.

Отже, гастротуризм є перспективним напрямом диверсифікації пропозицій спеціалізованих регіональних тематичних турів та екскурсій, пов'язаних з ознайомленням туристів з оригінальними технологіями організації. Дана сфера переживає складні часи у зв'язку з повномасштабною війною в країні.

Висновки. Туризм, як галузь економіки, з кожним роком впевнено демонструє стійке зростання та прибутковість, тому і став невід'ємною галуззю більшості країн світу. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації. Провідним фактором зростання туристичного ринку в Україні є його видова диверсифікація, що спричинена розвитком нових видів туризму.

Слід зазначити, що поява нового феномену «медичний туризм» – це результат глобалізаційних процесів і дана галузь продовжує розвиватись. Порівняно з іншими видами туристичної сфери, темпи росту медичного туризму є найвищими. Туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти та різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баєв В.В. Характеристика структурних елементів ринку медичного туризму. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_37
2. Кушнар'єв В. В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України : автореф. дис. ... канд. культур.: 26.00.01. Київ, 2010. 15 с.
3. Мельниченко О. А., Удовиченко Н. М. Медичний туризм: сутність і види. *Соціально-економічний і гуманітарний виміри розвитку торгівлі, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 23–24 березня 2017 р. Харків : Вид-во ХТЕІ КНТЕУ, 2017. С. 99–100.
4. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
5. Ніколаєв Ю. О., Глчан К. Л. Розвиток подієвого туризму як нова тенденція диверсифікації міжнародної туристичної діяльності в сучасних умовах. *Прийзовський економічний вісник*. 2019. Вип. 5(16). С. 22–28. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/5_16_uk/6.pdf
6. Паньків Н. Є. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму на Закарпатті. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5. Т. 1. С. 125–135. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/2021-5t1-21.pdf>
7. Романова А. А. Аналіз становлення і розвитку медичного туризму в Україні у контексті світового економічного простору. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1 (9). С. 62–68. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/14151>
8. Фастовець О. О. Сучасні напрями диверсифікації національного турпродукту. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 8–9 квітня 2021 р. Київ : КНУКІМ, 2021. С. 229–231.

REFERENCES:

1. Baev, V. (2015). Kharakterystyka strukturnykh elementiv rynku medychnoho turyzmu [Description of the structural elements of the medical tourism market]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 3. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_37 [in Ukrainian]
2. Kushnarov, V. (2010). Turystychna relama v sotsiokulturnomu prostori suchasnoi Ukrainy [Tourist advertising in the socio-cultural space of modern Ukraine]. autoref. dis. ... cand. in cultural studies. Kyiv. [in Ukrainian]
3. Melnychenko, O., Udovychenko, N. (2017). Medychnyi turyzm: sutnist i vydy [Medical tourism: essence and types]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Sotsialno-ekonomichni i humanitarni vymiry rozvytku torhivli, hotelno-restorannoho ta turystychnoho biznesu» – Materials of the International scientific and practical conference "Socio-economic and humanitarian dimensions of the development of trade, hotel-restaurant and tourism business" (Kharkiv, March 23–24, 2017)* (pp. 99–100). Kharkiv. [in Ukrainian]
4. Melnychenko, O., Shvedun, V. (2017). Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini [Features of the development of the tourism industry in Ukraine]. Kharkiv: Publication of NUZZU. [in Ukrainian]
5. Nikolayev, Yu., Hlchyan, K. (2021). Rozvytok podiyevoho turyzmu yak nova tendentsiya dyversyfikatsiyi mizhnarodnoyi turystychnoyi diyal'nosti v suchasnykh umovakh Ukrayiny [Development of event tourism as a new trend of diversification of international tourism in modern conditions of Ukraine]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk – Pryazovsky Economic Bulletin*, 5(16), 22–28. Available at: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/5_16_uk/6.pdf [in Ukrainian]
6. Pankiv, N. (2019). Suchasni tendentsii rozvytku podiievoho turyzmu na Zakarpattia [Modern progress of eventful tourism trends in Zakarpattia]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, 5 (1), 125–135. Available at: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/2021-5t1-21.pdf> [in Ukrainian]
7. Romanova, A. (2017). Analiz stanovlennia i rozvytku medychnoho turyzmu v Ukraini u konteksti svitovoho ekonomichnoho prostoru [Analysis of the formation and development of medical tourism in Ukraine in the context of the global economic space]. *Problemy i perspektivy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, 1 (9), 62–68. Available at: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/14151> [in Ukrainian]
8. Fastovets, O. (2021). Suchasni napriamy dyversyfikatsii natsionalnoho turproduktu [Modern directions of diversification of the national tourist product]. *Materialy VIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Hostynnist, servis, turyzm: dosvid, problemy, innovatsii» – materials of the VIII International scientific and practical conference "Hospitality, service, tourism: experience, problems, innovations" (Kyiv, April 8-9, 2021)* (pp. 229–231). Kyiv: KNUKIM. [in Ukrainian]