

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

І.В. Несторишен, канд. екон. наук, доц.
І.Є. Журба, д-р екон. наук, проф.
С.А. Матюх, канд. екон. наук, доц.
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

У сучасних умовах значної актуальності набувають питання щодо визначення підходів, інструментів та джерел післявоєнного відновлення України. План економічного відродження має стати наймасштабнішим проєктом модернізації вітчизняної економіки та відбудови зруйнованих інфраструктурних об'єктів, що передбачає залучення фінансових ресурсів, обґрунтування параметрів інвестиційних проєктів на засадах сучасних тенденцій розвитку світової економіки.

Враховуючи високий рівень глобалізації та сучасні темпи розвитку міжнародної економіки, завданням України є створення сприятливих умов для розвитку відповідних галузей народного господарства, які б могли конкурувати на міжнародному ринку та приймати активну участь у міжнародному розподілі праці. За таких умов, крім агропромислового комплексу, металургії, переробної галузі та ІТ-сектору, Україна має значний потенціал в сфері туризму.

Інновації мають ґрунтуватись на систематичних дослідженнях та своєчасних розробках в рамках реагування на сигнали ринку на основі ефективно організованого процесу формування та реалізації інновацій. Важливим інструментом цього є проєктний менеджмент, який тісно пов'язаний з поняттям менеджменту інновацій. Проєкти являють собою організаційні рамки для планомірного, систематичного та побудованого на методичних засадах здобуття певних знань, навичок, ідей та результатів. Інструмент проєктної організації знаходить у сучасних системах ринкової економіки широке застосування як комплексних, так порівняно простих специфічних завдань. Управління проєктами передбачає використання специфічних технології створення туристичного продукту.

Туристичний продукт як товар характеризується споживчою вартістю, тобто корисністю або здатністю задовільнити певні рекреаційні потреби людей. Корисність туристичного продукту визначається його цінністю для суб'єкта. Тому представники

туристичної бізнес-спільноти мають намагатись створювати туристичний продукт, який був би цінний для максимально великої кількості людей, тобто повинен мати масового споживача. В управлінні туристичним проектом слід враховувати, що туристичний продукт складається з двох найважливіших елементів: тур та додаткові туристично-екскурсійні послуги. Головною тенденцією під час розроблення сучасних туристичних проектів є так звана «комерціалізація» та масштабування саме другої складової, а саме, зростання бюджету відпочинку поза межами вартості туристичної путівки (додаткові послуги, екскурсії, сувенірна продукція, ексклюзивні туристичні послуги, які не входять до стандартного туристичного пакета тощо) [1].

Відзначимо, оскільки галузь туризму є досить специфічною порівняно з іншими складовими елементами народного господарства, створення та реалізація проектів у цій сфері має певні особливості з врахуванням положень теорії управління в туризмі.

Особливо слід відзначити про важливість науково-методичного забезпечення проекту, а саме має здійснюватися з використання загальної теорії управління в туризмі із залученням наукових положень таких дисциплін:

- краєзнавство (історія та пам'ятки);
- етнографія (побут, традиції, особливості поведінки);
- географія (місце розташування, рельєф та ландшафт, природні об'єкти);
- кліматологія (сезонні зміни за порами року, температурний режим, рекреація);
- мистецтвознавство (твори мистецтва, їх особливості та винятковість);
- дієтологія (орієнтація дієт на групи туристів);
- бальнеологія (наявність цілющих джерел);
- психологія (характеристика особистості потенційних туристів, формування привабливості туристичного продукту);
- соціологія (соціологічні дослідження).

Такий широкий діапазон наукових дисциплін свідчить про надзвичайну складність управління туристичними проектами. Це зумовлює високі вимоги до всіх видів забезпечення проекту, але особливо до кадрового, що вимагає залучення фахівців відповідного рівня.

У зв'язку із цим, частиною туристичного проекту слід вважати методичні розроблення пам'яток для гідів та екскурсіводів. Можна стверджувати, що туризм є наукомісткою сучасною галуззю

економіки, яка передбачає постійне застосування новацій та реалізації нових ідей.

Список використаних джерел

1. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні // Економіка та управління підприємствами. 2018. Вип. 28-1. С. 115-118.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

О.О. Носирєв, канд. геогр. наук, доц.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Готельно-ресторанні та туристичні комплекси відносяться до складу суб'єктів туристичної індустрії України. Оскільки туристична та готельно-ресторанна сфери України перебувають у постійній трансформації, існує широкий перелік факторів впливу на розвиток туристичної індустрії України. Розташування готельно-ресторанних комплексів великою мірою залежить від того, наскільки привабливими для туристів є природно-рекреаційні умови територій. В цьому контексті доцільним є ранжування регіонів України за рівнем забезпеченості природно-рекреаційними ресурсами. вагомим фактором також може вважатися адміністративно-територіальний фактор централізму. Його існування підтверджується тим, що м. Київ хоча і не володіє суттєвими природно-рекреаційними ресурсами, але все ж має потужні вхідні туристичні потоки, його туристична та готельно-ресторанна сфера демонструє найвищі показники по Україні. Відповідно, це пояснюється тим, що столиця є діловим, торговельно-розважальним, спортивним, освітньо-культурним центром країни [4].

Доцільним також є розмежування факторів на групи прямого і непрямого впливу. Фактори прямого впливу на діяльність туристичних підприємств: стан туристичного ринку та його інфраструктури, споживачі туристичних ресурсів (потреби, рівень доходів, купівельна спроможність), стан рекреаційних ресурсів; стан матеріально-технічної бази; інноваційно-інвестиційна привабливість туристичної галузі; стан конкуренції в галузі; науково-технічний прогрес. Фактори непрямого впливу: стан економіки (рівень інфляції, ВВП); державна політика в галузі туризму (рівень державного регулювання та підтримки