

послідовність n -паралелепіпедів $\tilde{P}_1, \tilde{P}_2, \dots, \tilde{P}_m$. Ставимо у відповідність кожному процесу $\tilde{a}_j$ n -паралелепіпед $\tilde{P}_j$ об'єму $\tilde{V}_j$. Знаходимо щільності: $\rho_j = \frac{\tilde{a}_j}{\tilde{V}_j}$, $j = 1, 2, \dots, m$.

Таким чином, знайдене послідовне розміщення n -паралелепіпедів різної щільності відповідає послідовності виконання відповідних процесів a_j , $j = 1, 2, \dots, m$, що становить шуканий можливий варіант виробництва продукції. Зміна значень k , щільностей дасть можливість знайти альтернативний варіант виробництва, проаналізувати результат з економічної точки зору. Подальший спрямований перебір можливих варіантів дасть можливість знайти оптимальний (в певному сенсі) розв'язок задачі.

Н.В. Полстяна, канд. техн. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

Т.П. Кононенко, канд. техн. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

СУЧАСНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Туризм – сфера господарського комплексу, що забезпечує десятку частину світового валового продукту. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності. Інновації в туризмі характеризуються введенням на ринок вдосконалених послуг інтелектуальної діяльності людини, що мають нові споживчі якості, які з часом стануть об'єктом для нового вдосконалення. Метою інновації в туризмі є підвищення задоволеності клієнтів як одного з факторів підвищення їх якості життя в цілому.

Одним з найбільш перспективних напрямків у розвитку туризму і всіх пов'язаних з ним сфер діяльності є створення центрів на базі пам'яток природи, історії та культури. Особливо цікаві в цьому плані музеєфікувати пам'ятки, розташовані в природних національних парках, заповідниках і заказниках. У зарубіжних країнах накопичений багатий досвід створення таких об'єктів (музеїв під відкритим небом). В останні роки такі комплекси, як центри культурної, наукової, просвітницької, туристичної діяльності, почали створюватися і в Україні. До їх складу можуть входити як справжні, так і

реконструйовані археологічні, історичні та етнографічні групи об'єктів. До них відносяться різноманітні види житла, господарські та виробничі споруди, святилища і культові місця, торгові площі, фортифікаційні споруди тощо.

Такі природно-історико-культурні центри, по суті, являють собою нову модель діяльності культурних інститутів регіону, в якому вони розташовані. Дана модель дозволить модернізувати існуючу в регіоні інфраструктуру туризму і культури. Одним з головних напрямків інноваційних змін є розвиток сталого туризму. Туристські місцевості починають створювати системи управління туристичними ресурсами і використовувати їх при плануванні територіального розвитку.

Екологічні фактори інноваційних змін в туризмі – це зміни клімату, скорочення територій з незайманою природою. Негативні тенденції в цій області роблять чисте довкілля великою цінністю в громадській думці, що впливає на туристичний вибір. Головним трендом інновацій в цій галузі є впровадження екологічного менеджменту як на рівні підприємств, так і на муніципальному рівні.

Технологічні фактори, що впливають на інноваційні зміни в туризмі, – це перш за все розвиток інформаційних і комунікаційних технологій і нові можливості транспортування. Електронний туризм – інший магістральний напрям інноваційних змін. З розвитком інформаційних і комунікаційних технологій буде змінюватися весь туристський бізнес – від функцій і процесів до форм підприємств і продуктів (online-турагентства, Е-пропозиція послуг, Е-бронювання та продажу, просування через інтернет, віртуальні тури, підприємницькі мережі та мережі туристського досвіду). Інтернет трансформує функції національних та регіональних урядових організацій по туризму, туристичних професійних асоціацій. Вони все ширше беруть участь в електронному маркетингу країни, її туристичних ресурсів, DESTINACIЙ, подій, а також беруть участь в інтегрованих системах управління відносинами зі споживачем (Customer Relation Management, CRM).

Система управління туризмом змінюється від індустріальної до постіндустріальної, а туризм – від масового до індивідуалізованого. З цим пов'язані більш дрібна сегментація ринку і поява безлічі нішевих спеціалізованих послуг і турпродуктів. Відбувається пристосування туристської інфраструктури, будівель і обладнання для потреб таких нових, зростаючих груп туристів, як діти, люди похилого віку та інваліди.

До економічних чинників інноваційних змін в туризмі відносять підвищення рівня життя населення. Все більше людей з ростом добробуту можуть дозволити собі подорожувати. Це призводить до

зростання чисельності «досвідчених» туристів. В Інтернеті зростає кількість сайтів і блогів, на яких туристи діляться своїми враженнями, розміщують фотографії і відеоролики (мережі туристського досвіду), і до них звертається все більша кількість людей на стадії споживчого вибору. Економічні чинники впливають на зростання вимог до якості туристичного продукту, тому на підприємствах сектора туризму все ширше впроваджуються комплексні системи управління якістю.

Таким чином, можна зробити висновки, що конкурентоспроможність туризму багато в чому залежить від впровадження комплексних систем управління якістю як на рівні підприємств, так і окремих міст, курортів. Інноваційної є нова світова тенденція об'єднання систем управління якістю з територіальними системами управління туристськими ресурсами.

В.М. Селютін, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

О.В. Ольшанський, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

МОДИФІКАЦІЯ SWOT-АНАЛІЗУ ЯК СТРАТЕГІЧНОГО ІНСТРУМЕНТУ ОЦІНЮВАННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Відкритість і холархічність ресторанного господарства передбачає його розгляд на основі фрактальних принципів. У зв'язку з цим аналіз чинників доцільно проводити відповідно до фрактальної структури підприємств. Досвід застосування різних методів стратегічної діагностики підприємств ресторанного господарства виявив найбільш прийнятний – SWOT-аналіз. Враховуючи фрактальну структуру ресторанного господарства як на рівні підприємства, так і на рівні галузі, пропонується модифікувати метод у SWOT-f-аналіз. Сутність модифікації полягає у структуризації чинників впливу на діяльність підприємства, які структуровано за фрактальними принципами. Відповідно до фрактальної структури підприємства зовнішні чинники мають відповідну шестирівневу ієрархію. Оцінка загроз і можливостей здійснювалась за трьома сценаріями: песимістичний, реалістичний та оптимістичний.

Результати експертного оцінювання сильних і слабких сторін чинників ресторанного господарства свідчать про високу питому вагу слабких сторін (38,4%), пов'язаних з асортиментом та якістю ресторанної продукції. Це зумовлено нерівномірною якістю послуг, їх