УДК 338.487/.488:005.8

[https://doi.org/10.33296/2707-0654-10\(20\)-13](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-13)

ЛАРИСА БЕЗКОРОВАЙНА

доктор педагогічних наук, професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи,
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна

ORCIDiD: <https://orcid.org/0000-0001-9502-9604>

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: ПИТАННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ, МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ, ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Анотація. В статті зроблено кроки до розв'язання важливих питань сучасності: розвитку сфери гостинності як головної ланки туристичної індустрії через ефективне управління проєктами, доцільний вибір стратегій цінової та маркетингової політик, забезпечення якості туристичних послуг. Підкреслено, що Україна має великий потенціал для розвитку туризму в усіх напрямках: гастро-, агро-, екотуризм; зимовий, морський, зелений, сільський, культурний туризм; заходи і фестивалі, МІСЕ та ін. З'ясовано, що відповідно до стратегії глобального розвитку, восьма ціль стосується галузі туризму, й декларує забезпечення виконання стратегій підтримки сталості цієї сфери, що сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури і виробництва місцевої продукції; стійкому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та достойній роботі для всіх громадян; зростанню валового внутрішнього продукту; підвищенню продуктивності в економіці за допомогою диверсифікації, технічної модернізації та інновацій. Все це зумовлює необхідність розроблення нових якісних туристичних проєктів для забезпечення сталого розвитку сфери гостинності зокрема й туризму загалом.

В дослідженні акцентовано увагу на специфічних видах проєктів у гостинності: інвестиційному, що пов'язаний із необхідністю певних фінансових інвестицій у створення і розвиток підприємств туристської інфраструктури; інноваційному, що пов'язаний із розробленням нових туристських продуктів або окремих туристських послуг, новітніх маршрутів; міжнародному, в розробленні й виконанні якого беруть участь іноземні партнери. Встановлено, що ефективність діяльності проєкту в сфері гостинності має базуватися на гарній командній роботі, здатній забезпечити необхідну гнучкість, стимулювати творчість і креативність, створити атмосферу співробітництва й підтримки, позитивно вплинути на якість результату проєкту.

Ключові слова: індустрія гостинності, управління проєктами, ціноутворення, маркетингові стратегії, туристичні послуги, якість послуг.

Введення. На сьогодні сфера гостинності як складова індустрії туризму є однією з найбільш динамічних ланок світової економіки. Розвиток сучасної готельної індустрії продиктований багатьма факторами, що мають внутрішні риси, які спричинені специфікою галузі, та зовнішні, що виникають в результаті загальних змін у діяльності світової та національної економік. Нині готельна індустрія України у своєму розвитку та функціонуванні помітно поступається розвиненим країнам світу. Але загалом, незважаючи на певне зниження темпів розвитку цієї галузі бізнесу, компанії з правильно обраною моделлю управління, обраними кадрами й адекватним поєднанням ціни та якості, продовжують функціонувати [6]. За оцінками ЮНВТО: внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10%; загальна кількість робочих місць, що безпосередньо або опосередковано стосуються сфери туризму, дорівнює 11% [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.]. Відповідно до стратегії глобального розвитку, восьма ціль стосується сфери туризму, й декларує до 2030 р.: забезпечення здійснення стратегій підтримки сталого туризму, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури, виробництву місцевої продукції; сприяння економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості для всіх; підтримці зростання валового внутрішнього продукту (не менше 7% на рік) у найменш розвинених країнах; підвищенні продуктивності економіки через диверсифікацію, модернізацію, інновації [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.].

Тож, питання диверсифікації послуг, впровадження інновацій, управління проєктами, має першорядну важливість для фахівців туристичної індустрії задля забезпечення економічного, соціального, культурного розвитку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Україна має великий потенціал для розвитку туризму в усіх напрямках: гастро-, екотуризм; зимовий, морський, культурний туризм; заходи і фестивалі, MICE та ін. Роль туризму в загальному стані й тенденціях світової економіки, підвищенні рівня зайнятості,

диверсифікації та інновацій у національній економіці, збереженні і розвитку культурного потенціалу та екологічно безпечного навколишнього природного середовища, гармонізації відносин між країнами і народами, реалізації зовнішньої політики держави, визнано на державному рівні, що підтверджено нормативними документами (Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 р. (2017), Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018)) [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.]. Основоположні шляхи та вимоги до розвитку туристичної та готельної індустрії відображено в нормативно-законодавчих документах різних рівнів: Закони України «Про туризм» (2015), «Про курорти» (2000); Осакська декларація тисячоліття (2001); Резолюція 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН (2015).

Різні питання туризму і сфери гостинності висвітлено в працях вітчизняних (М. Бойко, О. Любіцева, М. Мальська й ін.) і зарубіжних (К. Аннару, І. Зорін, Т. Квартальнов, Дж. Майкенз, Р. Макінтош, Н. аль-Сааді, Б. Рітчі та ін.) учених [2]. Проблематиці управління проєктами приділено увагу в наукових працях вітчизняних (С. Бушуєв, Н. Бушуєва, Н. Доценко, В. Вайсман, О. Маковій, С. Чернов, А. Філатов та ін.) і зарубіжних (Дж. Р. Тернер, Х. Танаки, В. Бурков та ін.) учених [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа., с. 50].

З огляду на нормативне і наукове підґрунтя, слід зазначити, що питання управління проєктами є вкрай актуальним, зокрема, у таких його площинах, як: ціноутворення туристичного проєкту, з'ясування маркетингових стратегій для просування туристичного продукту, відповідність якості туристичних послуг.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у з'ясуванні питань, пов'язаних із особливостями управління проєктами в сфері гостинності як важливому секторі туризму, дослідженню проблем розроблення цінкових та маркетингових стратегій, забезпечення якості туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм водночас є галуззю господарства, складним міжгалузевим комплексом, в якому формується і реалізується туристичний продукт, а також видом економічної діяльності, діяльністю людей та способом їх життя. Акцентуємо, що туризм є важливою складовою життя суспільства будь-якої країни через його безпосередній вплив на соціальні, культурні, освітні, економічні ланки господарської діяльності та їх міжнародні взаємовідносини. Поняття «туризм» розглядається як комплексна система, що охоплює процеси, зв'язки, взаємовідносини, які виникають під час подорожі, та поліфункціональну діяльність з надання послуг, призначених для задоволення потреб подорожуючих [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа., с. 49-50]. Індустрія гостинності – це сукупність підприємств та організацій, зайнятих виробництвом товарів (основних та оборотних фондів – споруд, обладнання, матеріалів тощо) для секторів гостинності та сукупність секторів та їх підприємств, які безпосередньо надають послуги гостинності. Це сукупність всіх видів діяльності, що створюють матеріальні блага у вигляді продуктів, енергії, підготовки трудових ресурсів для забезпечення сфери гостинності необхідними товарами та кадрами та безпосереднє надання послуг гостинності на основі використання цих товарів. Індустрія гостинності дуже багатогранна і різноманітна сфера діяльності, що динамічно розвивається [5].

Управління проєктами передбачає розроблення технології складання туристичного продукту. Туристичний продукт як товар характеризується споживаною вартістю, тобто корисністю або здатністю задовольняти певні рекреаційні потреби людей. Корисність туристичного продукту визначається його цінністю для клієнта. Туроператор має прагнути створити продукт, цінний для великої кількості людей, тобто за можливості він повинен мати масового споживача. Завдяки цьому можна використовувати й індустріальні технології для проєктування і виробництва туристичного продукту [10].

Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних

послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції (Закон України «Про туризм»)) [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.].

Туристський продукт як товар має життєвий цикл, тривалість і структура його визначається ринком – попитом споживачів. На життєвий цикл впливають також інші фактори: мода, платоспроможність клієнтів, економічний стан, культура, реклама, ринок, міжнародна і політична ситуації тощо. Найбільший вплив відбувається завдяки інноваційній активності туристичних підприємств. В цьому аспекті інноваційна активність є результатом системи управління проектами в туризмі, оскільки спочатку мета проекту полягає у створенні нового туристського продукту [10]. Запорука результативності проекту ґрунтується на командній роботі, яка здатна забезпечити гнучкість, стимулювати творчість та створити атмосферу співпраці й підтримки в центрі команди, що безумовно позитивно впливатиме на результат проекту. Команда проекту – це управлінська побудова, до складу якої входять фахівці, які є менеджерами за напрямками діяльності, що очолюється керівником проекту, який відповідає за реалізацію його в цілому [4]. Вирізняють види проектів, які можуть бути адаптовані до умов гостинності: інвестиційний – пов'язаний із необхідністю фінансових інвестицій у створення і розвиток туристської інфраструктури; інноваційний – пов'язаний із розробленням нових туристських продуктів, новітніх напрямків; міжнародний – проект, в розробленні й виконанні якого беруть участь іноземні партнери [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.].

З огляду на зазначене, підкреслимо, що сфера гостинності як важлива складова індустрії туризму, має розвиватися відповідно до світових стратегій

глобального розвитку. Як підтверджують положення нормативних документів та численні наукові праці фахівців, питання диверсифікації туризму та гостинності, впровадження новацій, є важливим і актуальним питанням. В цьому сенсі дослідження питання управління проектами в сфері гостинності, вивчення проблем розробки цінових та маркетингових стратегій, забезпечення якості туристичних послуг, є нагальною потребою туристичної співдружності.

Висновки. Таким чином, питання диверсифікації туризму та гостинності, пошук та впровадження новацій, є на часі. Вивчення проблем розробки цінових та маркетингових стратегій, з'ясування життєвого циклу продукту, потреб споживача, вимог туристичного ринку, якості туристичних послуг, є першочерговим для команди проекту. Ефективність процесу проектування в сфері гостинності залежить від продуктивного управління; гармонійної діяльності проєктної групи; врахування ознак національної культури, ресурсів, ринкових умов; стратегії сталого розвитку туризму у світі.

Перспективи подальших досліджень вбачається у розгляді застосування моделі Canvas під час проектування туристичного продукту.

Публікацію підготовлено в рамках проекту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»/«Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: JeanMonnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).

Список використаних джерел:

1. Безкоровайна Л., Волобуєв А. Туризм в умовах переходу до зеленої економіки: європейський досвід реалізації. *Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток співробітництва між*

Європейським Союзом та Україною»(26 лист. 2020, Львів). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 104-105.

2. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.

3. Безкоровайна, Л., Косовщук, А. (2020). Зарубіжний досвід управління та організації системи освітньої діяльності майбутніх фахівців туристичного напрямку. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Педагогіка*, 9 (17). Retrieved із <https://amtp.org.ua/index.php/journal/article/view/344>.

4. Кузьмінська Ю. М. Моделі та методи формування команд освітніх проєктів підвищення кваліфікації: дис. канд. техн. наук: 05.13.22 / Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. Львів, 2019. С. 224.

5. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2017. № 2 (30). С. 72-78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>.

6. Морозова О.С., Морозов О.В. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 2(19) 2020, С. 50-58. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/12.pdf.

7. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовтня 2016 р. № 739-р Київ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991>.

8. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. Урядовий портал. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

9. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.

10. Тимейчук А. М. Управління туристичними проєктами як основний функціональний елемент практичного туризмознавства. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2018. № 50. С. 379-383. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tymejchuk2.htm.

11. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). Global Code of Ethics for Tourism. URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/200>.

12. World Tourism Organization. UNWTO. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>.

References

1. Bezkorovaina L., Volobuiev A. (2020) *Turyzm v umovakh perekhodu do zelenoi ekonomiky: yevropeiskyi dosvid realizatsii*. Mat. Mizhn. naukovo-praktychnoi internet-konf. «Rozvytok spivrobitnytstva mizh Yevropeiskym Soiuzom ta Ukrainoiu». Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki. P. 104-105.
2. Bezkorovaina L. V. (2018) *Theoretical and methodological basis of the professional training of the future masters of tourism in higher educational institutions* Thesis for a doctoral degree in pedagogical sciences, Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University. 713 p.
3. Bezkorovaina L., Kosovshchuk A. Foreign experience of management and organization of the system of educational activity of future specialists in the field of tourism. *Adaptive Management: Theory and Practice. Series Pedagogics*, 9(17). [https://doi.org/10.33296/2707-0255-9\(17\)-21](https://doi.org/10.33296/2707-0255-9(17)-21).
4. Kuzjminskaja Ju. M. (2019) *Modeli ta metody formuvannja komand osvitnikh projektiv pidvyshhennja kvalifikaciji* [Models and methods of forming teams of educational projects of advanced training] Thesis for a Ph.D. of technical, Ljviv, Ljvivskij derzhavnyj universytet bezpeky zhyttjedijalnosti
5. Martienko A., Dyshkantiuk O. (2017) *Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii*. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*. № 2 (30). P. 72-78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>.
6. Morozova O.S., Morozov O.V. (2020) *Industriia hostynnosti: perspektyvy yii rozvytku v Ukraini*. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk. Klasychnyi pryvatnyi universytet*. Vypusk. 2(19) 2020, P. 50-58. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/12.pdf.
7. *Pro skhvalennja Konceptiji populjaryzaciji Ukrajiny u sviti ta prosuvannja interesiv Ukrajiny u svitovomu informacijnomu prostori* (2016) [On approval of the Concept of popularization of Ukraine in the world and promotion of Ukraine's interests in the world information space] Kyjiv. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991>.
8. *Pro skhvalennja Strategiji rozvytku turyzmu ta kurortiv do 2026* (2017) [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts until 2026], Kyjiv. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
9. *Pro turyzm* (1995) [About tourism] *Zakon Ukrajiny*, Kyjiv. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
10. Tymejchuk A. (2018) *Upravlinnja turystychnymy projektamy jak osnovnyj funkcionalnyj element praktychnogho turyzmoznavstva* [Management of tourist projects as the main functional element of practical tourism] *Suchasni informacijni tekhnologhiji ta innovacijni metodyky navchannja v pidghotovci fakhivciv: metodologhija, teorija, dosvid, problemy*. Vinnycja, 50. P. 379-383. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tymejchuk2.htm.
11. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015

(2015). Global Code of Ethics for Tourism. URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/200>.

12. World Tourism Organization. UNWTO. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>.

Лариса Викторовна Бескоровайная

доктор педагогических наук,

профессор кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела

Запорожский национальный университет, г. Запорожье, Украина

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА:
ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ,
КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Аннотация. В статье сделаны шаги к решению важных вопросов современности: развитию сферы гостеприимства как главного звена туристической индустрии через эффективное управление проектами, через целесообразный выбор стратегий ценовой и маркетинговой политик, качества туристических услуг. Определено, что Украина имеет большой потенциал для развития туризма по всем направлениям: гастро-, агро-, экотуризм; зимний, морской, зеленый, сельский, культурный туризм; мероприятия и фестивали, MICE и др. Раскрыто, что в соответствии со стратегией глобального развития, восьмая цель касается области туризма, и декларирует обеспечение выполнения стратегий поддержания постоянства этой сферы, способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производства местной продукции; устойчивому экономическому росту, полной и продуктивной занятости и достойной работе для всех граждан; росту валового внутреннего продукта; повышению производительности в экономике за счет диверсификации, технической модернизации и инновациям. Все это обуславливает необходимость разработки новых качественных туристических проектов для обеспечения устойчивого развития сферы гостеприимства и туризма. В исследовании акцентируется внимание на специфических видах проектов в области гостеприимства, а именно: инвестиционном, который связан с необходимостью внедрения определенных финансовых инвестиций в создание и развитие предприятий туристской инфраструктуры; инновационном, который связан с разработкой новых туристских продуктов или отдельных туристских услуг, новейших маршрутов; международном, в разработке и выполнении которого участвуют иностранные партнеры. Подчеркнуто, что эффективность проекта в сфере гостеприимства должна базироваться на хорошей командной работе, способной обеспечить необходимую гибкость, стимулировать

творчество и креативность, создать атмосферу сотрудничества и поддержки, положительно повлиять на качественный результат проектной деятельности.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, управление проектами, ценообразование, маркетинговые стратегии, качество услуг.

Larysa V. Bezkorovayna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of Tourism and
Hotel and Restaurant Business

Zaporizhia National University, Zaporizhzhya, Ukraine

HOSPITALITY PROJECT MANAGEMENT: PRICING ISSUES, MARKETING STRATEGIES, QUALITY OF TOURIST SERVICES

Summary. The article takes steps to address important issues of today: the development of hospitality as the main link of the tourism industry through effective project management, appropriate choice of pricing and marketing policies, quality assurance of tourism services. It is emphasized that Ukraine has great potential for tourism development in all directions: gastro-, ecotourism; winter, sea, green, rural, cultural tourism; events and festivals, MICE. It was found that in accordance with the global development strategy, the eighth goal concerns the tourism industry, and declares the implementation of strategies to maintain sustainability in this area, which contributes to job creation, local culture and local production; sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all citizens; growth of gross domestic product; increasing productivity in the economy through diversification, technical modernization and innovation. All this necessitates the development of new high-quality tourism projects to ensure the sustainable development of hospitality in particular and tourism in general.

The study focuses on specific types of projects in the field of hospitality, namely: investment, which is associated with the need for certain financial investments in the creation and development of tourism infrastructure; innovative, related to the development of new tourist products or individual tourist services, the latest routes; international, in the development and implementation of which foreign partners participate. It is established that the effectiveness of the project in the field of hospitality should be based on good teamwork, able to provide the necessary flexibility, stimulate creativity and creativity, create an atmosphere of cooperation and support, positively affect the quality of the project.

Key words: hospitality industry, project management, pricing, marketing strategies, tourist services, quality of services.