

професійної підготовленості й складатиме основу професіоналізму майбутнього учителя музичного мистецтва.

Подальшого вивчення потребують питання організації самостійної роботи студентів в процесі набуття інструментально-виконавської майстерності.

Список використаної літератури:

1. Гуревич Р.С. Інформаційні технології навчання: інноваційний підхід: навчальний посібник / Р.С.Гуревич. – Вінниця: ТОВ «Планер», 2012. – 156 с.
2. Гуревич Р. С. Проектна діяльність в підготовці майбутніх педагогів / Р. С. Гуревич, М. Ю. Кадемія // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми // 36. наук. пр. – Вип./ редкол.: І. А. Зязюн (голова) та ін. – Київ – Вінниця: ТОВ фірма «Планер», 2013. – 503.
3. Державний стандарт базової і повної загальної середньої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-p>; <http://www.nbuv.gov.ua/> (10.06.2013). – Назва з екрану.
4. Кларин М. В. Инновации в мировой педагогике: обучение на основе исследования, игры и дискуссии (Анализ зарубежного опыта) / М. В. Кларин. – Рига: НПЦ «Эксперимент», 1995. – 176 с.
5. Ковальова С. Дидактична модель формування предметних компетентностей учнів на уроках музичного мистецтва [Електронний ресурс] / С. Ковальова. Режим доступу: http://library.udpu.org.ua/library_files/probl_sych_vchutela/2013/8_1/visnuk_9.pdf. - Назва з екрана.
6. Лабунець В. М. Інноваційні технології інструментально-виконавської підготовки майбутнього вчителя музики: теорія та методика / В. М. Лабунець. – Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Зволейкод. Г., 2014. – 352 с.
7. Нестерович Б.І. Підготовка майбутніх учителів початкових класів до позакласної музично-виховної роботи з молодшими школярами : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Б. І. Нестерович; Вінниц. держ. пед. ун-т ім. М.Коцюбинського. – Вінниця, 2009. – 20 с.
8. Рудницька О. П. Педагогіка загальна та мистецька: навч. посіб. / О. П. Рудницька. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2005. – 360 с.
9. Сі Даофен. Методика використання інноваційних технологій у підготовці майбутніх учителів музики до співацької діяльності. Дис...канд. пед. наук: 13.00.02 / Сі Даофен; Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2015. – 245 с.
10. Тарасенко Г.С. Виховний потенціал учителя в контексті його професійної культури / Г.С.Тарасенко // Рідна мова : освітній кварталник Українського вчительського товариства у Польщі. –2012. – № 17. – С.34-43.
11. Тімашева Т.М. Інструментально-виконавська підготовка майбутніх учителів музики у системі вищої педагогічної освіти / Т. М. Тімашева // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. – 2011. - № 6. – С.115-117.
12. Хуторської А. В. Педагогическая инноватика – рычаг образования [Электронный ресурс] / А. В. Хуторской. – Режим доступа: <http://eidos.ru/journal/2005/0910-19.htm>. – Загл. с экрана.
13. Юсуфбекова Н. Р. Общие основы педагогической инноватики. Опыт разработки теории инновационных процессов в образовании / Н. Р. Юсуфбекова. – М.: НИИ теории и истории педагогики, 1991. – С. 91.

DOI: 10.31652/2412-1142-2018-50-379-383

УДК: 004:338.48

*А. М. Тимейчук, м. Київ, Україна / A. M. Timeychuk, Kyiv, Ukraine
makssy@bigmir.net*

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПРОЕКТАМИ ЯК ОСНОВНИЙ ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРАКТИЧНОГО ТУРИЗМОЗНАВСТВА

Анотація. У статті охарактеризовано поняття проекту в технічній та економічній галузях діяльності людини; сформовано розгорнуте визначення проекту для потреб туризму; доведено необхідність управління проектами в туристичній галузі; визначено поняття туристського продукту в широкому сенсі, встановлено та охарактеризовано його найважливіші властивості; показано взаємозв'язок туристського продукту з туристським пакетом та визначено й детально охарактеризовано його складові: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення; наведено класифікацію туристичних проектів та критерії їх оцінювання; детально охарактеризовано основні види проектів, які цілком можуть бути адаптованими до умов туристичної діяльності; визначено поняття життєвого циклу проекту як

ключового елемента управління проектами та виокремлено його етапи; наведено короткий зміст етапів життєвого циклу туристичного проекту, показано взаємозв'язок між ними та вказані фактори, що впливають на тривалість життєвого циклу туристичного проекту; визначено інноваційну активність туристичних підприємств як основний чинник трансформації життєвого циклу туристичного проекту; охарактеризовано стратегію розроблення туристичних проектів та сформульовано основне правило введення нових туристських продуктів і пропозицій та управління проектами в туризмі.

Ключові слова: туризм, туризмознавство, туристський продукт, туристський проект, управління проектами в туризмі, життєвий цикл туристського проекту.

MANAGEMENT OF TOURISM PROJECTS AS THE BASIC FUNCTIONAL ELEMENT OF PRACTICAL TOURISM

Abstract. The article describes the concept of the project in the technical and economic fields of human activity; an expanded definition of the project for tourism needs has been formed; proved the need for project management in the tourism industry; the notion of tourist product in the broad sense is defined, its most important properties are determined and characterized; the relationship between the tourist product and the tourist package is shown and its components are defined and detailed in detail: tourist center, transport, accommodation services; the classification of tourist projects and criteria of their evaluation are given; the main types of projects that can be fully adapted to the conditions of tourist activity are described in detail; the concept of the life cycle of the project as the key element of project management is defined and the stages of it are identified; The brief content of stages of the tourist project life cycle is given, the interrelation between them and the factors influencing the life cycle of the tourist project are shown; the innovative activity of tourist enterprises as the main factor of the transformation of the life cycle of a tourist project is determined; characterized the strategy of developing tourist projects and formulated the basic rule for the introduction of new tourist products and offers and project management in tourism.

Key words: tourism, tourist product, tourist project, project management in tourism, life cycle of tourist project.

Постановка проблеми. Паралельно з розвитком сфери послуг, в тому числі і туристичної діяльності як галузі економіки, відбувається процес формування науки про туризм, зокрема створюється загальна теорія туризму. По суті всі наукові дисципліни з туризмознавства повинні базуватися на фундаментальних положеннях загальної теорії туризму. Так само туристський менеджмент в арсенал свого інструментарію став включати такі фундаментальні поняття інноваційного характеру як «бенчмаркінг», «креативний підхід», «контролінг», «управління господарськими зв'язками», «загальне управління якістю» та ін. [1, с. 57].

Широке впровадження в практику туристичної діяльності положень і рекомендацій загальної теорії туризмознавства може сприяти підвищенню професійного та інтелектуального рівня персоналу туроператорів і турагентств. Значна кількість працівників зазначених структур розглядають свою роботу як чисто офісну, особливо не вникаючи в суть виконуваних операцій. Недостатній рівень кваліфікації персоналу породжує схильність до криміналу – від зловживань і до прямого шахрайства, що проявляються у вигляді банкрутств туристичних фірм. Таким чином, актуальним завданням туристичної галузі є підвищення кваліфікації персоналу за рахунок посилення теоретичної підготовки в сфері економіки і управління туризму. До числа необхідних напрямків підвищення професійного рівня туроператорів і турагентів слід віднести «управління проектами» – Project Management [2, с. 42].

Мета статі – сформулювати поняття «проект» стосовно сфери послуг, визначити види і особливості управління проектами в сфері послуг на прикладі туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу. Туризм – пріоритетна галузь економіки, пов'язана з вирішенням соціальних завдань зі створення нових робочих місць тобто зайнятістю населення. Рішення задач розвитку туристичних проектів має здійснюватися в широкому діапазоні – від інвентаризації існуючих туристських ресурсів району до маркетингу, реклами та створення бренду.

До недавнього часу у вітчизняній практиці поняття «проект» використовувалося переважно в технічній галузі як сукупність документації на певний об'єкт (власне проект, креслення, кошториси та ін.) [3, с. 47].

Надалі управління проектами стало використовуватися в економіці – в різних напрямках виробничо-комерційної діяльності. У зв'язку з цим виникла необхідність управління проектами і в туристичній діяльності.

Сьогодні існує чимало визначень поняття «проект». Так, зокрема, може бути прийнято

наступне досить коротке визначення: «проект – це щось, що замислюється або планується в ім'я досягнення певних цілей» [4, с. 5].

Для потреб туризму нами пропонується розгорнуте, а тому більш точне визначення: проект – це система чітко поставлених цілей, що досягаються за допомогою спеціальних технічних засобів і технологічних процесів з використанням фінансових, матеріальних, трудових та інших ресурсів, а також управлінські рішення та організаційні заходи, обумовлені вказаними цілями.

На підставі даного визначення в якості проекту розглядається туристський продукт і відповідно управління проектами є управління виробництвом туристського продукту. Основним методом розробки проекту є креативний підхід. Для ефективного управління проектами в туризмі необхідно розглянути низку найважливіших властивостей туристського продукту як об'єкта проектування.

Туристський продукт в широкому сенсі – це економічне благо, призначене для обміну, тобто туристський продукт має товарну природу. Для управління проектами в галузі туризму принципово важливим є те, що туристський продукт може бути спожитий тільки в місці виробництва туристських послуг [5, с. 99].

Управління проектами 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 суб'єкта. Тому туроператор повинен прагнути до того, щоб створити такий туристичний продукт, який був би цінний для максимально великої кількості людей, тобто за можливості він повинен мати масового споживача. Тоді можна використовувати й індустріальні технології для проектування і виробництва туристичного продукту. У низці випадків туристський продукт ув'язується з поняттям «туристський пакет» – основним (обов'язковим) комплексом послуг, що надаються в подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер.

Туристський пакет включає такі обов'язкові елементи: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення. Туристичний центр – місце відпочинку туриста, що включає всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні. Цей елемент відноситься до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож. Туристичний центр є інтегральним символом інтересу, який поєднує в собі всі мотиви особистості щодо рекреаційних ресурсів. Незалежно від індивідуального масштабу споживача туроператор зобов'язаний звести його до одиничного варіанту – туристичного центра. Це пов'язано з тим, що він зобов'язаний доставити туриста в конкретне місце відпочинку, тому що саме туди буде замовлений транспорт, саме там буде замовлено готель. Послуги розміщення – це конкретний готель, який пропонується туристу в туристичному центрі на час подорожі. Розміщення в готелях розрізняються відповідно до типу послуг гостинності, які пропонують туристу. Це можуть бути готелі, мотелі, вілли, апартаменти, ботелі, кемпінги тощо. Послуги харчування не включаються окремим елементом в туристський пакет, оскільки в туризмі вони складають частину послуг розміщення [6, с. 75].

Важливе місце в туристичному проекті займає трансфер – доставлення туриста від місця прибуття, розташованого в країні перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція), до місця розміщення (готель), де він буде проживати, і назад. Трансфери здійснюються з використанням автобусів, іноді таксі або лімузинів, якщо такого типу трансфери включені в турпакет або затребувані туристом. Чітко виражаючись, трансфер – це будь-яке перевезення туриста в межах туристського центра. Тому сюди відносять також поїздки з готелю в театр і назад, в музей тощо. Після укладення Шенгенської конвенції (1995 г.) питання уніфікації вимог до туристського продукту стали особливо актуальними. Справа в тому, що тур, придбаний в одному місці, споживається в іншому, і тільки повне узгодження позицій туроператора, туристського агента і туриста здатне забезпечити взаємне якісне виконання всього комплексу послуг організацією. Відповідно до Міжнародної конвенції туристських контрактів (Брюссель, 1970 р.) таке узгодження здійснюється на контрактній основі у формі ваучера, який підписують всі учасники угоди: туроператор, турагент і турист. Таким чином, туристський продукт – сукупність речових (предмети споживання), нематеріальних (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їх подорожі [7, с. 112].

В управлінні проектом слід урахувати, що туристський продукт складається з двох найважливіших елементів: тур і додаткові туристсько-екскурсійні послуги. При цьому слід мати на увазі, що туристський пакет – це тільки частина туристського продукту, точніше – обов’язкова частина туру (тур більше або дорівнює туристському пакету). Тур є первинна одиниця туристського продукту, що реалізується клієнту як єдине ціле, продукт праці туроператора на виділений маршрут і в конкретні терміни.

Відповідно до теорії управління проектами кожен конкретний проект класифікується за такими основними ознаками:

- за масштабом (розміром, величиною);
- за локацією (внутрішній і зовнішній);
- за терміном реалізації;
- за основними характеристиками;
- за показниками;
- за номенклатурою і обсягами використаних ресурсів [3, с. 49].

Масштаб туристичного проекту, як правило, відповідає величині підприємництва в туризмі, а тому можливі великі, середні і малі проекти. Величина туристичного проекту оцінюється за критеріями:

- кількість турів за певний період,
- кількість обслужених туристів,
- обсяг виручки [4, с. 15].

Проаналізуємо основні види проектів. В даному аспекті слід виділити спеціальні види проектів, які цілком можуть бути адаптованими до умов туристичної діяльності:

- інвестиційний проект, тобто проект, пов’язаний з необхідністю певних капітальних вкладень в створення і розвиток підприємств туристської інфраструктури;
- інноваційний проект, пов’язаний з розробкою нових туристських продуктів або окремих їх складових – туристських послуг, нових напрямків тощо;
- міжнародний проект – проект, в розробленні і реалізації якого беруть участь іноземні партнери [4, с. 18].

Ключовим елементом управління проектами є життєвий цикл проекту. Кожен проект від виникнення ідеї до повного його завершення проходить ряд послідовних етапів, загальна тривалість всіх етапів і є життєвим циклом проекту.

Життєвий цикл туристичного проекту включає наступні етапи (рис. 1):

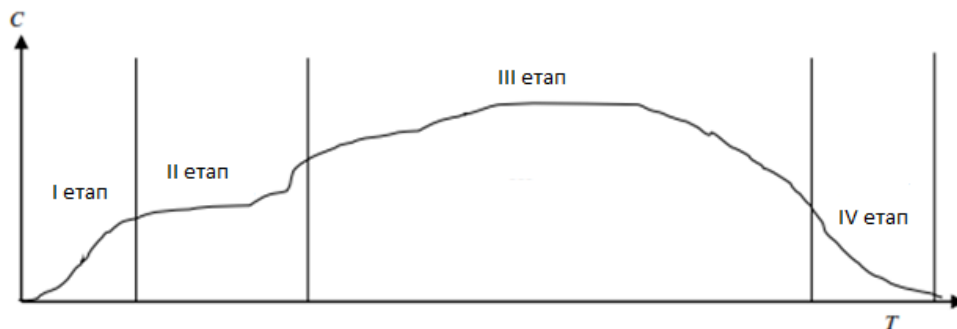


Рис. 1. Життєвий цикл туристичного проекту C – затрати (трудоемкість), T – тривалість етапів.

- I етап – концептуальний (початковий);
- II етап – проектування туристського продукту;
- III етап – розробка туристського продукту;
- IV етап – отримання готового туристичного продукту [5, с. 102].

Короткий зміст етапів життєвого циклу туристичного проекту наведено в таблиці. Після завершення проекту розроблений туристський продукт набуває товарної форми – стає предметом купівлі-продажу на ринку туристичних послуг. А це означає, що остаточна ціна даного туристського продукту встановлюється цим ринком як компроміс попиту і пропозиції.

Туристський продукт як товар має свій життєвий цикл, тривалість і структура якого визначається ринком – попитом споживачів. На вказаний життєвий цикл впливають й інші фактори: мода, платоспроможність клієнтура, реклама, міжнародна ситуація тощо. При цьому найбільш сильний вплив робить інноваційна активність туристичних підприємств. В даному аспекті інноваційна активність є результатом системи управління проектами в туризмі, бо спочатку метою проекту є

створення нового туристського продукту. Принципово важливим слід визнати те, що перший етап життєвого циклу туристського продукту як товару дорівнює всьому життєвому циклу проекту. В цілому за формою, результатом життєвого циклу туристського проекту є інформація – набір технологічної, правової, інструктивно-нормативної та іншої документації, тобто проект як такий. Туроператори і турагенти у своїй повсякденній професійній діяльності повинні відслідковувати стан життєвих циклів туристських продуктів, що реалізуються на ринку з метою проектування нових або модернізації експлуатованих туристських продуктів.

Етапи життєвого циклу туристичного проекту за В. Ки́фяком [6, с. 202]:

Найменування етапу	Зміст етапу
I – концептуальний етап	Збирання вихідних даних. Аналіз вихідних даних. Виявлення потреби в проекті. Формулювання мети проекту. Основні вимоги до проекту. Учасники проекту. Необхідні ресурси. Формулювання концепції проекту та її експертиза. Затвердження концепції проекту.
II – проектування туристського продукту	Формування команди розробників проекту. Розвиток і конкретизація концепції. Визначення структури туристського продукту. Розробка кошторису реалізації туристського продукту.
III – безпосередня розробка туристського продукту	Оперативне планування робіт. Контроль за виконанням ходу робіт. Розробка технологічних процесів виконання туристського продукту. Встановлення ділових контактів. Юридичне оформлення господарських зв'язків. Визначення (розрахунок) показників якості туристського продукту. Калькуляція ціни туристського продукту.
IV – завершальний етап	Планування процесу завершення проекту. Апробація завершеного туристського продукту. Підготовка та комплектування персоналу для експлуатації туристського продукту. Підготовка необхідної інструктивно-нормативної документації для учасників проекту. Введення туристського продукту в експлуатацію.

Теорія і практика комерційної діяльності наказує, що розробка нового товару повинна починатися на III етапі, тобто на етапі зрілості цього товару, з тим щоб до початку IV етапу, тобто етапу спаду, на ринок був введений новий товар. Наведена вимога повинна служити вихідним пунктом в системі управління проектами в туризмі.

Висновки. Наведена теорія життєвого циклу туристичного проекту в повній мірі вписується в систему управління проектами: вона визначає послідовність проектування конкретного туристського продукту, який завершується в формі товару, тобто проекту. В цілому розробка туристичного продукту у вигляді проекту переводить туристську індустрію на якісно новий, більш високий рівень, ставлячи її в один ряд з іншими сучасними високотехнологічними галузями економіки.

Список використаних джерел:

1. Демиденко М. А. Управління проектами інформатизації: навч. посіб. / М. А. Демиденко. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2014. – 114 с.
2. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник / П. П. Микитюк, Ж. Л. Крисько, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, С. М. Скочилас // За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
3. Миронов Ю. Б. Концептуальні підходи до управління проектами в сфері туризму / Ю. Б. Миронов // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті» (12-13 жовтня 2017 р.). – Одеса: ОДАБА, 2017. – С.47-51.
4. Гришин С. Ю. Контроллинг в финансово-экономической деятельности туристского предприятия / С. Ю. Гришин, А. Б. Крутик. – СПб.: Астерион, 2014. – 20 с.
5. Крутик А. Б. Особенности конкурентной среды на рынке туристических услуг и конкурентоспособность туристских фирм / А. Б. Крутик // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – Экономические науки. – 2014. – № 1(187). – С. 98-104.
6. Ки́фяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посібник / В.Ф. Ки́фяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
7. Коваль П. Ф. В'їзний туризм: навч. посібник / [П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андрєєва та ін.]. – Ніжин, Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.