

УДК 005.656.338.48

Ходікова Є.В.¹, Ходікова І.В.²

¹ студ. гр. МОУП-21м, Одеський національний морський університет, м. Одеса

² PhD, доцент, Одеський національний морський університет, м. Одеса

ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ В ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

Між розвитком туризму, транспорту та економіки в регіоні є складна пряма та непряма залежність, і за певних умов зазвичай саме транспорт відіграватиме роль мультиплікатора, як для розвитку туризму, так і економіки в цілому.

Від якості транспортного обслуговування туризму залежить, зокрема, привабливість країни, регіону, місцевості для туристів. Відомо, що транспортне обслуговування туристів базується на транспортно-логістичній інфраструктурі, стан якої в Україні навіть у довоєнні роки був незадовільним. Руйнування транспортної інфраструктури з лютого 2022 року, на жаль, тільки збільшуються в обсягах. Але після нормалізації ситуації в Україні туризм може стати одним із найважливіших джерел доходу нашої країни, а підтримка зарубіжних партнерів може виявлятися, у тому числі, й у фінансуванні транспортної інфраструктури та туризму. Тому відповідні проєкти будуть безумовно потрібні, що обґрунтовує актуальність досліджень у цій галузі.

В даний час транспортні операції в туристичній галузі виконуються численними компаніями, між якими формуються гострі конкурентні відносини. У цих умовах надзвичайно важливо синхронізувати і скоординувати

всі ці процеси, забезпечити цілеспрямований розвиток і поліпшення фінансово-економічного стану підприємств, щоб ув'язнені в потенціалі підприємств і динаміці перетворень можливості, концентрувалися і прямували на розвиток бізнесу та гармонійну взаємодію з ринковим середовищем. Досягнення поставлених цілей можливо при використанні всього комплексу ресурсів, якими володіє підприємство. Відзначається велика варіантність об'єднання різних ресурсів в єдине ціле, що приводить до величезного розмаїття внутрішньої структури організації та станів цих ресурсів. Покращуючи внутрішній стан, тобто працюючи над вдосконаленням пропорцій і підтриманням збалансованості видів використовуваних ресурсів, підприємство збільшує свої можливості, організованість. Для забезпечення відповідності ринку необхідні пошуки нової якості та інших пропорцій ресурсів, які складають потенціал підприємства. Якщо цього не відбудеться, організація втратить конкурентоспроможність.

До особливостей потенціалу підприємства можна віднести: імовірнісний характер потенціалу; залежність його величини від «слабкої ланки», тобто найменш розвиненої складової потенціалу; мінливість, яка відбувається під впливом змін в якості, а також пропорціях ресурсів; залежність від змін й умов середовища, в яких діє підприємство [2].

Таким чином, ресурсний потенціал транспортного підприємства являє собою комплекс взаємопов'язаних різних (матеріальних та кадрових) ресурсів, що знаходяться у володінні підприємства. Для транспортних компаній, що знаходяться на туристичному ринку при виборі стратегії підвищення конкурентоспроможності, доцільно було б оцінювати і «туристичний потенціал». Згідно з визначенням, туристичний потенціал регіону – це сукупність природних, історико-культурних об'єктів і явищ, а також соціально-економічних і технологічних передумов для організації туристської діяльності на певній території [1].

Туристичний потенціал, в свою чергу, на пряму залежить від туристичних потоків. Сутність поняття «туристичний потік» визначають, як постійне

прибуття туристів в країну або регіон [1]. Для нього характерні такі ознаки: загальна чисельність туристів (в тому числі організованих і самостійних); кількість туроднів (кількість діб або ліжко-днів); середня тривалість перебування туристів в країні, регіоні.

Структура і взаємозв'язок процесів управління проектами для туристичного центру з використанням «туристичного потенціалу» може мати наступний вигляд (рис. 1).

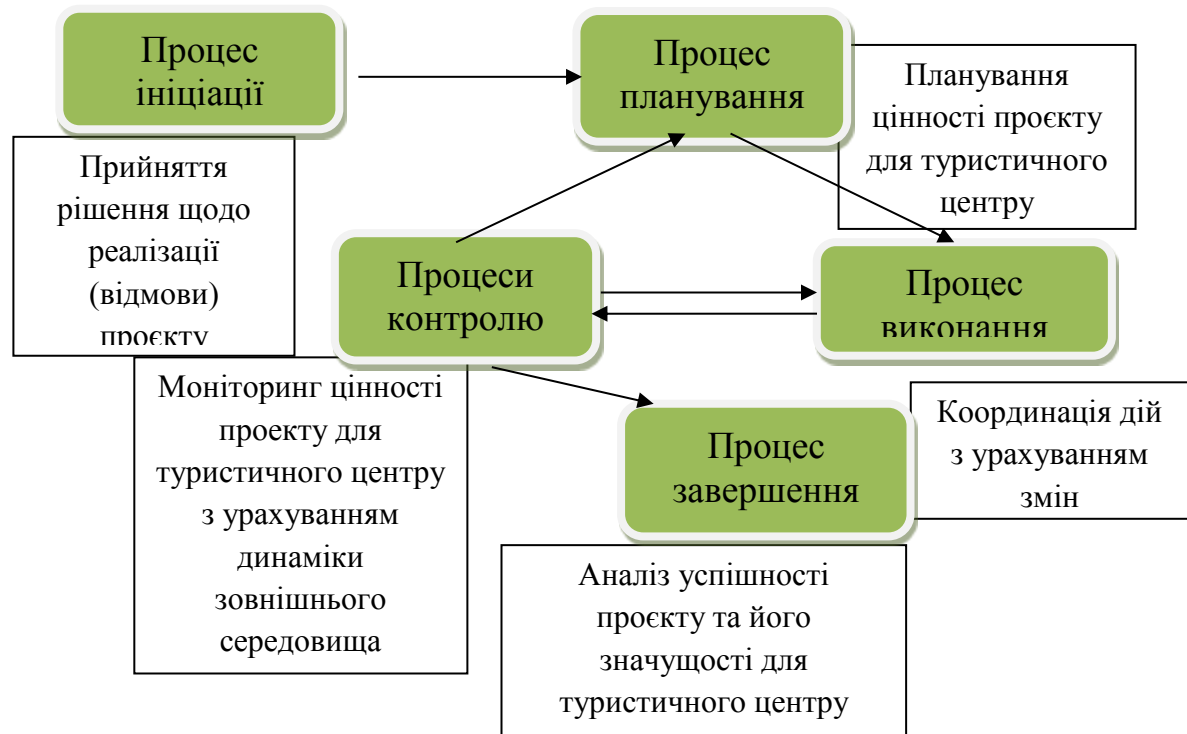


Рис. 1. Процеси управління проектами для туристичного центру

Узгодження в динаміці параметрів зазначених потоків може здійснюватися на базі логістичної концепції [2], яка передбачає інтегроване управління ними. В процесах управління проектами, «туристичний потенціал» слід застосовувати в якості показника, який використовується як індикатор, що відображає успішність проходження проектом того чи іншого етапу з точки зору процесів управління.

Процеси ініціації – ухвалення рішення про початок виконання проекту. В рамках цих процесів саме туристичний потенціал служить як своєрідний фільтр і критерій відбору проектів. Тому що головна цінність даних проектів –

підвищення «туристичного потенціалу» або його транспортно-логістичної складової.

Процеси планування – визначення цілей і критеріїв успіху проєкту і розробка робочих схем їх досягнення. У цих процесах встановлюються необхідні завдання для досягнення значення показників, а саме, значення «туристичного потенціалу» після реалізації проєктів або значення його транспортно-логістичної складової.

Процеси виконання – координація людей та інших ресурсів для виконання плану. В рамках цих процесів можуть ініціюватися певні зміни в проєкті з урахуванням змін у зовнішньому середовищі. Зокрема, коригуватися значення туристичного потенціалу і його транспортно-логістичної складової.

Процеси контролю – визначення відповідності плану і виконання проєкту поставленим цілям і критеріям успіху і прийняття рішень про необхідність застосування коригувальних дій. Тут «туристичний потенціал» служить як індикатор успішної реалізації проєкту і сигналізує про невідповідності в досягнутих результатах і запланованих значеннях.

Процеси завершення – формалізація виконання проєкту і підведення його до впорядкованого фіналу. Тут здійснюється остаточний аналіз успішності проєктів з точки зору досягнення ними поставлених цілей щодо підвищення транспортно-логістичної складової в «туристичному потенціалі».

Таким чином, охарактеризовано роль і сутність використання туристичного потенціалу в процесах управління проєктами розвитку транспортних підприємств в туристичній галузі. Подальші дослідження полягають у розробці методики оцінки туристичного потенціалу туристичного центру, яка передбачає вирішення таких питань: встановлення групи і конкретизація складових туристичного потенціалу (його структури); встановлення ваги кожної групи і окремих складових туристичного потенціалу; вибір методики розрахунку оцінки туристичного потенціалу. На нашу думку, саме такий підхід слід застосовувати для управління проєктами розвитку транспортного підприємства, що оперує туристичними потоками.

Список використаних джерел:

1. Смирнов І. Г. Логістика туризму: навчальний посібник. Київ : Знання, 2009. 444 с.
2. Ходікова І. В., Лапкіна І. О. Сутність і рівні реалізації проєктів транспортно-логістичного забезпечення туристичних центрів. *Бізнес-інформ*. 2023. №3. С. 63–71.