

УДК 338.48+338.2

DOI: <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2024-1-2-110-119>

ЗАЧОСОВА Наталія Володимирівна¹

доктор економічних наук, професор
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8469-3681>
natazachosova@vu.cdu.edu.ua

ДРОБОТОВА Марина Володимирівна¹

кандидат економічних наук, доцент
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2676-0588>
marinadrobotova2@vu.cdu.edu.ua

ДАНИЛЬЧУК Ганна Борисівна¹

кандидат економічних наук, доцент
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9909-2165>
abdanilchuk@vu.cdu.edu.ua

ОПАЛЬКО Вікторія Вікторівна¹

кандидат економічних наук, доцент
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0803-4040>
opalko633@vu.cdu.edu.ua

¹Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси, Україна

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОЄКТІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Специфіка застосування проектного менеджменту для туристичного проекту соціального спрямування проілюстрована на прикладі проекту «Молодіжний туризм Digital & Innovation», метою якого є розробка навчально-методичних матеріалів та інструментів популяризації рекреаційно-туристичного потенціалу України. Основний акцент при формулюванні цілей і заходів проекту зроблено на застосуванні діджитал-технологій і сучасних освітніх інструментів.

Ключові слова: *проект, методологія управління проектами, туризм, рекреація, проекти публічної сфери, соціальні проекти, інноваційні проекти, туристичний імідж.*

Постановка проблеми. Питання розробки і реалізації результативних проектів соціально-економічного й інноваційного характеру в туризмі і рекреації, які потребують застосування методології управління проектами залишаються доцільним і актуальним. Особливості застосування методології проектного менеджменту для кожного конкретного проекту потребують чіткого обґрунтування з урахуванням особливостей туристичного продукту та особливостей туристичної та рекреаційної діяльності. Туризм як міжнародне явище і багатогалузевий господарський комплекс обумовлює багатогранність і різноманітність проектів туристичної сфери. Визначення особливостей проектного менеджменту для бізнес-проектів і проектів публічного сектору у сфері туризму і рекреації потребує детального дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні і практичні аспекти управління проектами в туристичній сфері досліджували такі вітчизняні науковці як В.Редько, Є. Козловський, Є. І. Лінтур, Н. Кампов, О.Касинець, І.Антоненко, А. Охріменко, Л. Ноздріна, Я. Коробейникова, В. Гринюк. Теоретико-методологічні підходи проектного підходу розглядалися В.Редько і Є.Козловським, Є. прикладним аспектам інвестиційних проектів в туризмі присвячені дослідження І. Лінтура та Н.Кампов, інноваційні проекти розвитку суб'єктів туристичного бізнесу розглядають І.Антоненко, А. Охріменко, Я. Коробейникова, В.Гринюк. Недостатньо дослідженими залишаються питання особливостей методології управління проектами для туристичної діяльності в публічному секторі, соціальних проектів та туристично-рекреаційних послуг культурно-пізнавального спрямування.

Метою статті є визначення особливостей розробки і реалізації соціальних проектів туристичного спрямування з урахуванням методології проектного менеджменту.

Викладення основного матеріалу дослідження. Редько В. визначає, що в методології проєктного менеджменту туризму мають ураховуватись основні закономірності розвитку світового туризму й локального проєктного світогляду, спрямовані на взаємодію й інтеграцію місцевих, регіональних і глобальних туристичних проєктів відповідно до прогнозів Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism). Це обумовлено тим, що туристичний бізнес характеризується невизначеністю й турбулентністю, оскільки залежить від змін зовнішнього середовища [1].

Ринок туристичних і рекреаційних послуг на сьогодні, як сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин, є одним із видів економічної діяльності для багатьох країн. Розвиток не тільки міжнародного туризму, а і внутрішнього, є перспективними у багатьох країнах світу. Коробейникова Я., Гринюк В. зазначають, що Україна має доволі низьку частку в структурі світової туристичної галузі (менше 2 %), хоча є однією із провідних країн у Європі за показниками забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. Проте згідно статистичних даних звіту Всесвітнього економічного форуму найпроблемнішими областями є забезпечення безпеки та захисту туристів (передусім з огляду на українсько-російський конфлікт), екологічна стійкість й захист природних ресурсів України. Варто зазначити, що відбувся регрес в рейтингу інновацій в туристичному бізнесі – 89 місце із 88 [2].

Україна до повномасштабного вторгнення росії 24 лютого 2022 року застосовувала «Стратегію розвитку туризму і курортів на період до 2026 року», реалізація якої фактично була «поставлена на паузу». Однак увага до наявного різноманітного туристично-рекреаційного потенціалу в Україні з боку суспільства значно зросла у воєнний час, що обумовило можливості розвитку туристичних послуг щодо внутрішнього туризму. Також актуальними стали соціальні аспекти туристичної діяльності та розвиток рекреаційних послуг, споживачами яких можуть бути не тільки туристи, а і місцеві мешканці, тобто зростання рекреаційної ролі туризму стало важливою зміною в умовах воєнного часу. Суб'єкти туристичного бізнесу стали наголошувати на цінності своїх послуг як можливості для психологічного й фізичного відновлення.

Дослідження особливостей проєктів у сфері туризму дозволило визначити, що вони обумовлені, по-перше, великою кількістю складових туристичної сфери, а по-друге, роллю, яка надається туризму в регіоні/країні.

Майже у співвідношенні 50/50 в туризмі існують комерційні (бізнес-проєкти) і некомерційні (соціальні) проєкти. До більшості комерційних проєктів відноситься створення або розвиток об'єктів, які є саме виробниками туристичних послуг – засоби розміщення, заклади готельно-ресторанного господарства, культурно-розважальні заклади та ін. Такі проєкти як правило, є інвестиційним проєктами і класичні інструменти управління проєктами допомагають в їх реалізації. Реалізація таких проєктів формує і удосконалює інфраструктуру туризму.

Досліджуючи класифікацію проєктів в туризмі Козловський Є. виділяє спеціальні різновиди проєктів, які абсолютно можуть бути адаптованими до умов туристичної діяльності, а саме [3]:

- інвестиційний проєкт – проєкт, що пов'язаний з необхідністю відповідних капітальних вкладень у створення та розвиток туристичних підприємств;
- інноваційний проєкт – проєкт, що пов'язаний з розробкою новітніх туристичних продуктів або певних їх складових – туристичних послуг, нових напрямків;
- міжнародний проєкт – проєкт, у розробці та реалізації якого беруть безпосередню участь зарубіжні партнери.

У туризмі існує багато різновидів проєктів, які можуть охоплювати різні складові галузі. Авторами узагальнено основні різновиди проєктів представлені у таблиці 1.

Кожен із цих видів проєктів може бути адаптований під конкретні потреби та цілі регіону або туристичного суб'єкта.

На думку авторів, в сьогоденних умовах воєнного часу найбільш актуальними для розробки і реалізації є соціальні, освітні та культурно-історичні проєкти.

Таблиця 1 – Різновиди проєктів у сфері туризму за складовими галузі

Вид проєкту	Опис проєкту
Інфраструктурні проєкти	Будівництво готелів, курортів, туристичних комплексів. Розвиток транспортної інфраструктури (аеропорти, вокзали, дороги). Створення та покращення туристичних зон, природних парків, заповідників
Культурно-історичні проєкти	Реконструкція та реставрація історичних пам'яток. Розробка та просування культурних маршрутів. Організація фестивалів, виставок, культурних подій
Екотуристичні проєкти	Створення екотуристичних маршрутів та баз. Впровадження програм збереження природних ресурсів. Розвиток агротуризму
Маркетингові проєкти	Розробка і впровадження онлайн маркетингових стратегій. Створення туристичних порталів, мобільних додатків. Проведення рекламних кампаній для залучення туристів
Освітні проєкти	Створення навчальних програм для підготовки спеціалістів у галузі туризму. Організація тренінгів для персоналу. Розробка програм з підвищення кваліфікації.
Сервісні проєкти	Розробка нових туристичних послуг (екскурсії, трансфери, гіді). Впровадження інновацій у сервісному обслуговуванні (цифровізація послуг, автоматизація).
Соціальні проєкти	Програми розвитку місцевих громад через туризм. Інклюзивний туризм для людей з обмеженими можливостями. Залучення молоді та ветеранів до туристичних ініціатив. Створення безбар'єрного доступу до туристичних об'єктів

Джерело: складено авторами

Проєкти місцевого розвитку через туризм (соціальні проєкти) відносяться до проєктів публічного сектору і тому мають ті ж відмінності від бізнес-проєктів [4]. Найбільш визначальними відмінностями для проєктів публічного сектору в умовах воєнного часу, на думку авторів, є:

- проєкти часто є витратними і результатом мають суто соціальний ефект;
- не завжди передбачається віддача у вигляді позитивних фінансових потоків від капітальних інвестицій (це чітко виявляється у випадку здійснення соціальних проєктів);
- більш широкі можливості потенційних джерел фінансування (спеціальні грантові програми, фонди регіональних бюджетів) та можливостей залучення додаткових ресурсів для виконання робіт за проєктом (волонтерство);
- під час реалізації проєктів публічного сектору виникає необхідність ретельно управляти взаємодією із заінтересованими сторонами, які можуть відстоювати протилежні інтереси і створювати «бар'єри співпраці».

В реаліях туристичного ринку України за останні роки, які передували повномасштабному вторгненню, було розроблено і прийнято до реалізації чимало цікавих та інноваційних проєктів на різних рівнях публічного управління у сфері туризму. Такі проєкти класифікуються за трьома рівнями - національні, регіональні та локальні проєкти. Аналіз інтернет-джерел і проведені попередні дослідження дозволяють представити найбільш вдалі приклади проєктів (табл.2) [5].

Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках» розроблена на замовлення Національної туристичної організації України за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» представляє план заходів повоєнного відновлення та розвитку малого та середнього бізнесу в секторі туризму та гостинності України [6].

Таблиця 2 – Національні, регіональні та локальні проекти України у сфері туризму

	Проект	Опис, посилання
Національні	Туристичні магніти України (початок реалізації проекту 2021)	https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-rozshiriv-kartu-turistichnih-magnitiv проект з пошуку успішних українських проектів-символів, які зможуть залучити інвесторів і стати центрами інновацій
	Мандруй Україною (початок реалізації проекту 2021)	https://jam.in.ua/cases/mandruj-ukrainoiu/ https://map.tourism.gov.ua/ Проект ДАРТу, спрямований на популяризацію внутрішнього туризму серед українців
	Проект VIRTUAL UKRAINE (початок реалізації проекту 2020)	https://virtualukraine.travel/ глибоко-інтегрована система, що дозволяє Громадам України створювати вражаючу презентацію своїх територій, культурно-історичних, промислових, інфраструктурних та комерційних об'єктів.
	Ukraine now (початок реалізації проекту 2018)	https://banda.agency/ukrainenow/ наймасштабніша міжнародна маркетингова кампанія українського уряду. Її ціль – сформувати бренд України у світі, залучити в країну інвестиції та покращити туристичний потенціал
	Портал discover.ua за підтримки Google (реалізація проекту 2017-2021)	https://discover.ua/ Портал створений для всіх охочих подорожувати Україною та проводити вихідні дні в нових місцях
Регіональні	Проект Digital Cherkasy (початок реалізації проекту 2021)	https://thedigital.gov.ua/news/startuvav-proekt-iz-tsifrovizatsii-cherkashchini-digital-cherkasy Проект з цифровізації публічних послуг, а також реалізації проектів у сферах освіти, екології, економіки, інфраструктури, медицини, туризму, відкритих даних і безбар'єрності
	Проект «Безбар'єрне суспільство як елемент взаємоповаги між людьми та запорука розвитку громади» (початок реалізації проекту жовтень 2022) Географія реалізації: Львівська, Волинська, Закарпатська, Рівненська області, зокрема громади міст: Львів, Золочів, Луцьк, Ужгород, Рівне	https://lart.lviv.ua/uk/barrier-free-society Ціллю проекту є: покращення умов інклюзивності й безбар'єрного середовища культурно-історичної спадщини та інших туристичних об'єктів західного регіону України, з можливістю відтворення на всій території України, що сприятиме рівній доступності та привабливості послуг у сферах культури й туризму для всього населення і водночас створить можливості для економічного відновлення і зростання на місцевому рівні
Локальні	Проект Look City (початок реалізації проекту 2014)	lviv.look.city poltava.look.city пішохідні екскурсії з елементами квесту

Джерело: складено авторами

Серед стратегічних пріоритетів, зазначених в Дорожній карті, зробимо акцент на Пріоритеті В «Побудова й укріплення інституцій і партнерств», цілями якого визначено - сталі інституції та ефективні партнерства. Визначені «Дорожною картою» завдання відновлення малого і середнього бізнесу у сфері туризму можуть бути реалізовані виключно завдяки розбудові партнерств різного роду. Розвиток публічно-приватно-громадського партнерства також забезпечить подолання негативних наслідків повномасштабних військових дій. Серед

інструментів реалізації завдань з розбудови партнерств різного рівня зазначаються завдання: «В.2.4. Запровадження партнерств з університетами» та «В.2.5. Розвиток технологічних партнерств МСБ, у тому числі в цифровізації, використанні та аналізі BigData, а також популяризації рішень на основі штучного інтелекту та машинного навчання» [6].

Всі розглянуті в ході дослідження проекти опосередковано спрямовані на формування туристичного іміджу як внутрішнього, так і іноземного туризму. Формування туристичного іміджу країни для громадськості є актуальним особливо для молодого покоління, тому що їх усвідомленість і туристичний імідж України сформують в майбутньому відновлення внутрішнього туризму та дружнє середовище для прийняття іноземних туристів. Але розглядаючи адресність зазначених проектів за сприйняттям цільовими аудиторіями можна зазначити, що тільки проекти «VIRTUAL UKRAINE» та проект «Look City» можуть бути розраховані на сприйняття юнацтвом та молоддю, але їх популяризація не є достатньою. Це обумовлює необхідність розробки заходів (проектів) щодо формування туристичного іміджу власної країни адресоване саме такому цільовому сегменту як юнацтво та молодь.

Опис пропонованого проекту «Молодіжний туризм Digital & Innovation». Проект передбачає: створення комплексу сучасних засобів і методів для формування у молоді сприйняття України як туристичної країни – віртуальних екскурсій і показів, представлення мобільних додатків туристичного спрямування, використання соціальних мереж, театралізовані екскурсії, знайомство з українськими скансенсами, формування топ-туристичних об'єктів України шкільною аудиторією, формування навичок використання діджитал-сервісів в туризмі; соціальне, культурне і економічне обґрунтування перспектив розвитку туризму.

Тривалість проекту - 1 рік, 01.01.2025 – 31.12.25 (орієнтовні дати).

Учасники проекту - кафедра туризму і готельно-ресторанної справи ЧНУ, Центр молодіжного туризму ЧНУ.

Результат проекту - комплекс інструментів і навчально-методичних матеріалів щодо навчання і проведення мастер-класів, вебінарів, онлайн-уроків, комплексу опитування і тестування на основі інструментів Kahoot.it, Mentimetr, Wordwall

Детальний опис проекту представлений в таблиці 3.

Таблиця 3 – Опис проекту «Молодіжний туризм Digital & Innovation»

Характеристика проекту	Опис
Унікальність	формування комплексу сучасних методів і засобів щодо залучення юнацтва та молоді в середовище туризму з акцентом на діджиталізацію.
Обґрунтування	формування сприятливого туристичного іміджу України у свідомості громадян, особливо юного віку, є необхідним для розвитку внутрішнього туризму і формування почуття патріотизму. При існуванні державних програм «Мандруй Україною» і «Туристичні магніти України» поки слабо розроблені програми популяризації внутрішнього туризму серед школярів.
Мета	створення комплексу сучасних засобів і методів для формування туристичного іміджу України і підвищення зацікавленості до українських туристичних об'єктів
Завдання	1.Визначити реальний рівень сприйняття туристичного іміджу України в шкільному середовищі; 2.Дослідити рівень обізнаності школярів щодо сучасних діджитал-інструментів та сервісів в туризмі; 3. Розробити концепцію створення комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» 4. Розробити комплекс навчально-методичних, маркетингових і комунікаційних матеріалів комплексу 5. Розробити пілотні проекти реалізації створеного комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» в школах міста Черкаси і Черкаської області. 6. Розробити методичний супровід впровадження комплексу
Цільова аудиторія	школярі середнього і старшого віку Черкаської області

Джерело: складено авторами

Розробка іміджевих проєктів туристичної сфери орієнтованих на юнацтво та молодь потребує ефективного партнерства суб'єктів туристичного бізнесу, науковців фахових освітніх закладів, шкільних закладів освіти. Розробка проєкту соціального спрямування із залучення молоді до туристичних ініціатив на базі Черкаського національного університету є актуальним та важливим інструментом процесу формування туристичного іміджу власної країни для юнацтва та молоді, який потребує застосування методології проєктного менеджменту.

Ініціація і представлення громадськості та іншим стейкхолдерам регіонального рівня проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation» стане прикладним аспектом реалізації завдань з відновлення туристичної сфери та перспективним соціальним проєктом з формування патріотичного сприйняття туристичних можливостей країни.

Формулювання цілей проєкту за SMART-підходом представлено у таблиці 4.

Таблиця 4 – Цілі проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation» за SMART-підходом

Метод опису цілі	Опис
Specific / Чіткі	Ціль – сформувати навчально-методичний комплекс «Драйвери туристичних подорожей Україною»
Measurable / Вимірювані	Скласти 12 елементів комплексу
Achievable / Досяжні	Елементи комплексу - засоби щодо ознайомлення з туристичними об'єктами України
Relevant / Релевантні	В основі формування комплексу навчально-методичні розробки і досвід викладачів кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Time-Bound / Обмежені в часі	На виконання проєкту 1 рік

Джерело: складено авторами

Партнери запропонованого проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation» представлено в таблиці 5.

Таблиця 5 – Партнери проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation»

Назва організації	Участь в проєкті
Чорнобаївська гімназія Чорнобаївської селищної ради Черкаської області	Надання приміщення для проведення офлайн заходів зі школярами, надання організаційної допомоги для комунікацій зі школярами
Черкаська загальноосвітня школа I-III ступенів №6	Надання приміщення для проведення офлайн заходів зі школярами, надання організаційної допомоги для комунікацій зі школярами
Управління освіти і науки Черкаської обласної державної адміністрації	Фінансування, надання приміщення для проведення круглого столу, тренінгу і семінару серед вчителів
Черкаське відділення Малої Академії наук України Черкаський обласний центр роботи з обдарованими дітьми Черкаської обласної ради	надання приміщення для проведення круглого столу, тренінгу і семінару серед вчителів, забезпечення участі в роботі заходів Центру міського і обласного рівня (наприклад, Літній табір для обдарований дітей і т.і.)
Кафедра економіка та міжнародних економічних відносин ЧНУ	Розробка методичних матеріалів щодо огляду світового туристичного ринку

Джерело: складено авторами

SWOT-аналіз проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation» представлений на рисунку 1.



Рисунок 1 - SWOT-аналіз проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation»

Джерело: складено авторами

Стратегія роботи зі стейкхолдерами проєкту передбачає визначення їх інтересів і мотивів, сили впливу (використана оцінка за 5-ті бальною шкалою) і стратегію роботи з ними. Схематично стратегія роботи зі стейкхолдерами проєкту проілюстрована в таблиці 6.

Таблиця 6 – Стратегія роботи зі стейкхолдерами проєкту

Стейкхолдери	Сила впливу/зацікавленість	Інтереси, мотиви	Стратегія роботи
Спонсори	5/4	Результат, репутація	ЗМІ, Влада, ГО
Міський голова	4/3	Результат, репутація	ЗМІ, ГО
Департамент регіонального розвитку Черкаської ОДА адміністрації	5/3	Результат, репутація	ЗМІ
Черкаський державний технологічний університет	3/5	Провал проєкту, конкуренція	ЗМІ, Влада,
Громадська організація «Асоціація гостинності Черкащини»	3/4	Результат, репутація	ЗМІ

Джерело: складено авторами

Щомісячний графік заходів по проєкту представлений в таблиці 6. Визначення відповідальних осіб за заходами буде здійснюватись по факту реалізації проєкту.

Таблиця 6

«Молодіжний туризм Digital & Innovation»

Місяць	Запланований захід / Відповідальна особа
січень	1.1 онлайн і офлайн опитування (анкетування) школярів Чорнобаївської гімназії. Обробка даних, представлення результатів
лютий	1.2 онлайн і офлайн опитування (анкетування) школярів Черкаської школи №6. Обробка даних, представлення результатів
березень	2.1. Опитування (анкетування) школярів Черкаської школи №6 щодо рівня обізнаності сучасних діджитал-інструментів та сервісів в туризмі. Обробка даних, представлення результатів
квітень	2.2. Опитування (анкетування) школярів Чорнобаївської гімназії щодо рівня обізнаності сучасних діджитал-інструментів та сервісів в туризмі. Обробка даних, представлення результатів
травень	3.1. Розробка концепції створення комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною»
червень	3.2 Оформлення концепції «Драйвери туристичних подорожей Україною», презентація проєкту
липень	4.1 Розробка комплексу навчально-методичних матеріалів комплексу
серпень	4.2 Розробка комплексу маркетингових і комунікаційних матеріалів комплексу
вересень	5.1. Презентація створеного комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» закладах освіти та Управлінні освіти ЧОДА
жовтень	5.2 Презентація створеного комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» для стейкхолдерів
листопад	6.1. Проведення заходів передбачених реалізацією комплексу в Чорнобаївській гімназії
грудень	6.2 Проведення заходів передбачених реалізацією комплексу в школі № 6

Джерело: складено авторами

Загальний бюджет проєкту планується в сумі 120 тис.грн., з них кошти ЧНУ ім.Б.Хмельницького 30 тис.грн (25%). Можливе фінансування проєкту – спонсори, кошти регіонального бюджету, кошти міського бюджету.

Після реалізації проєкту «Молодіжний туризм Digital & Innovation» можливі подальші перспективи його життя наступні: перший рік - впровадження комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» в школах міста Черкаси; другий рік - удосконалення комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» і впровадження в школах Черкаської області, третій рік - удосконалення комплексу «Драйвери туристичних подорожей Україною» і впровадження в школах України.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Застосування методології управління проєктами в туризмі має враховувати основні закономірності розвитку національної туристичної системи й локального проєктного світогляду, спрямованих на інтеграцію локальних, регіональних та національних туристичних проєктів. Дослідження особливостей застосування проєктного менеджменту до проєктів різного типу у сфері туризму буде актуальним і надалі, особливо це стосується проєктів транскордонного співробітництва та рекреаційних проєктів культурно-пізнавального спрямування.

Список використаних джерел

1.Редько В. Є. Особливості методології управління проєктами в туристичному бізнесі. *European Journal of Management Issues*. 2016. №24(6), С.114-122.

2. Коробейникова Я., Гринюк В. Перспективні напрями інноваційної проектної діяльності в туризмі (кейси Івано-Франківської області). *Acta Academiae Beregsiensis. Economics*. 2024. № 6:С.56-68
3. Козловський Є. Теоретико-методичні засади управління проектами в сфері туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2019. №2(2). С.108–116.
4. Управління проектами: навчальний посібник / Маматова Т. В., Молоканова В. М., Чикаренко І. А., Чикаренко О. О. Дніпро: ДРІДУ НАДУ. 2018. 120 с.
5. Дроботова М.В. Інструменти популяризації внутрішнього туризму для школярів і молоді. *Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи*: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 26-27 жовтня 2023 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя: Вид-во Хортицької національної академії, 2023.С.626-629
6. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках». URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (дата звернення: 11.08.2024)

References

1. Redko V.(2016) Osoblyvosti metodolohii upravlinnia proektamy v turystychnomu biznesi [Peculiarities of project management methodology in tourism business]. *European Journal of Management Issues*. .no.24(6), pp.114-122.
2. Korobeinykova Ya. Hryniuk V. (2024) Perspektyvni napriamy innovatsiinoi proiektnoi diialnosti v turyzmi (keisy Ivano-Frankivskoi oblasti) [Prospective Directions of Innovative Project Activity in Tourism: Cases of Ivano-Frankivsk Region]. *Acta Academiae Beregsiensis. Economics*. vol. 6, pp.56-68.
3. Kozlovskiy Y. (2019) Teoretyko-metodychni zasady upravlinnia proektamy v sferi turyzmu [Theoretical and methodological basics of project management in tourism]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*.no.2(2), pp.108-116.
4. Mamatova T. V., Molokanova V. M., Chykarenko I. A., Chykarenko O. O. (2018) *Upravlinnia proektamy: navchalnyi posibnyk*. [Project management: a study guide]. Dnipro: DRIDU NADU, 120p. (in Ukrainian)
5. Drobotova M.V. (2023) Instrumenty populiaryzatsii vnutrishnoho turyzmu dlia shkoliariv i molodi [Tools for the promotion of domestic tourism for schoolchildren and young people]. Book of abstracts of the International scientific and practical conference “*Strategic orientations of education and rehabilitation in the conditions of martial law and post-war times: problems, solutions, prospects*” October 26–27, 2023. Zaporizhzhia, Ukraine, pp. 626-629. (in Ukrainian)
6. Stratehichna Dorozhnia karta «Vidnovlennia maloho ta serednoho biznesu u sektori turyzmu ta hostynnosti v 2023–2033 rokakh» [Strategic Roadmap "Recovery of small and medium-sized businesses in the tourism and hospitality sector in 2023-2033"] Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (accessed August 11, 2024)

ZACHOSOVA Nataliia ¹
DSc (Economics), Professor

DROBOTOVA Marina ¹
PhD in Economics, Associate Professor

DANYLCHUK Hanna ¹
PhD in Economics, Associate Professor

OPALKO Viktoriia ¹
PhD(Economics), Associate Professor

¹Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,Cherkasy, Ukraine

APPLIED ASPECTS OF PROJECT DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM AND RECREATION IN WARTIME CONDITIONS

Introduction. *The issue of developing and implementing effective projects of a socio-economic and innovative nature in tourism and recreation, which require the application of project management methodology, is appropriate and relevant. Tourism as an international phenomenon and a multi-sector*

economic complex determines the multifacetedness and variety of tourism projects. The specifics of applying the project management methodology for each specific project require a clear justification, taking into account the specifics of the tourist product and the specifics of tourist and recreational activities.

Purpose. *Determination of the features of the development and implementation of social projects in the tourist direction, taking into account the methodology of project management.*

Results. *Before the full-scale invasion of Russia on February 24, 2022, Ukraine used the "Strategy for the Development of Tourism and Resorts for the Period Until 2026", the implementation of which was actually "put on hold". However, attention to the existing diverse tourist and recreational potential in Ukraine on the part of society increased significantly during the war, which determined the opportunities for the development of tourist services of domestic tourism. The social aspects of tourist activities and the development of recreational services, the consumers of which can be both tourists and local residents, have also become relevant. The growth of the recreational role of tourism became an important change in wartime conditions. Regional and local projects of social direction and projects related to recreational activities are relevant for implementation in the realities of time.*

The importance of effective partnership between the public, private sector and educational institutions in the implementation of tourism and recreational projects is substantiated. The specificity of the application of project management for a tourism project of a social orientation is illustrated by the example of the development of the "Youth Tourism Digital & Innovation" project, the purpose of which is the development of educational and methodological materials and tools for the promotion of the recreational and tourist potential of Ukraine and the formation of a patriotic attitude to the opportunities of one's own country.

Originality. *The main emphasis when formulating the goals and measures for the implementation of the project is proposed to be made on the use of digital technologies and modern educational tools.*

Conclusion. *The application of the project management methodology in tourism should take into account the main patterns of development of the national tourism system and the local project outlook aimed at the integration of local, regional and national tourism projects.*

Keywords: *project, project management methodology, tourism, recreation, public sector projects, social projects, innovative projects, tourist image.*

Одержано редакцією: 14.04.2024
Прийнято до публікації: 29.04.2024