

Даниїл Бойко, здобувач за ОПП “Професійна освіта”.
Туризм та готельно-ресторанна справа”
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
Людмила Щербак, кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри інженерії та технологій виробництва
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Викладено основні теоретичні та методичні положення управління проєктами у сфері послуг, зокрема, проєктами туристичної діяльності. Наведено основні властивості турпродуктів як об'єктів управління при їх проєктуванні. Пропонується розгорнуте, точніше визначення поняття “проєкт”. Показано взаємозв'язок життєвих циклів проєкту та турпродукту як товару. Викладено необхідні види забезпечення в управлінні проєктами у туризмі.

Ключові слова: сфера послуг; проєкти в туризмі; туристичний продукт; життєвий цикл проєкту; туристичний кластер.

Літ. 5.

Daniil Boyko, Applicant of the Educational Program
“Professional Education”. Tourism and Hotel and Restaurant Business”,
Mykhaylo Drahomanov Ukrainian State University
Lyudmyla Scherbak, Ph.D. (Pedagogy),
Associate Professor of the Technologies and Design Department,
Mykhaylo Drahomanov Ukrainian State University

CHARACTERISTICS OF PROJECT MANAGEMENT IN THE THE SERVICE SECTOR

The main theoretical and methodical provisions of project management in the field of services, including tourism projects, are outlined. The main properties of tourism products as objects of management during their design are given. A detailed, more precise definition of the term “project” is offered. The relationship between the life cycles of the project and the tourism product as a product is shown. The necessary types of support in project management in tourism are outlined.

In today's conditions, questions regarding the determination of approaches, tools and sources of post-war reconstruction of Ukraine are gaining considerable relevance. The economic revitalization plan should become one of the largest projects of modernization of the domestic economy and reconstruction of destroyed infrastructure facilities, which involves attracting financial resources, substantiating the parameters of investment projects on the basis of modern trends in the development of the world economy. Taking into account the high level of globalization and the modern pace of development of the international economy, the task of Ukraine is to create favorable conditions for the development of relevant branches of the national economy, which could compete on the international market and take an active part in the international division of labor. Under such conditions, in addition to the agro-industrial complex, metallurgy, the processing industry and the IT sector, Ukraine has significant potential in the field of tourism. In today's conditions of globalization, innovations should be based on systematic research and timely development within the framework of responding to market signals based on an effectively organized process of formation and implementation of innovations. An important tool for this is project management, which is closely related to the concept of innovation management. Projects represent an organizational framework for the planned, systematic and methodical acquisition of certain knowledge, skills, ideas and results. In the context of tourism, a project can be understood as a system of clearly defined goals that are achieved with the help of special technical means and technological processes using financial, material, labor and other resources, as well as management decisions and organizational measures aimed at the creation and implementation of a tourist product. Project management involves the use of specific technologies for creating a tourist product. A tourist product as a commodity is characterized by consumer value, that is, usefulness or the ability to satisfy certain recreational needs of people. The usefulness of a tourist product is determined by its value for the subject. Therefore, representatives of the tourist business community should try to create a tourist product that would be valuable for the largest possible number of people, that is, it should have a mass consumer. Since the tourism industry is quite specific compared to other constituent elements of the national economy, the creation and implementation of projects in this area have certain features, taking into account the provisions of the management theory in tourism. It should be especially noted the importance of scientific and methodological support of the project, namely, it should be carried out using the general theory of tourism with the involvement of scientific provisions of various disciplines. The article further developed the research on the peculiarities of innovative and project management in the field of tourism, namely, summarized the requirements for scientific and methodological support of planning from the standpoint of management theory in tourism.

Keywords: service sector; projects in tourism; tourist product; project life cycle; tourist cluster.

Постановка проблеми. Паралельно з розвитком сфери послуг, зокрема і туристичної діяльності як галузі економіки, відбувається процес формування науки про туризм, створюється загальна теорія туризму. По суті, всі наукові дисципліни з туризму повинні базуватися на фундаментальних положеннях загальної теорії туризму. Тому туристський менеджмент до арсеналу свого інструментарію почав включати такі фундаментальні поняття інноваційного характеру, як “бенчмаркінг”, “креативний підхід”, “контролінг”, “управління PR зв’язками”. Широке впровадження у практику туристичної діяльності положень та рекомендацій загальної теорії туризму може сприяти підвищенню професійного й інтелектуального рівня персоналу туроператорів і турагентів. Багато працівників зазначених структур розглядають свою роботу як офісну, особливо не вникаючи в сутність операцій, що виконуються. Таким чином, актуальним завданням є підвищення кваліфікації персоналу за рахунок посилення теоретичної підготовки у галузі економіки та управління туризму. До необхідних напрямів підвищення професійного рівня туроператорів і турагентів треба віднести “управління проєктами” – Project Management.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У науковій літературі питання використання інноваційних підходів та застосування основ проєктного менеджменту в різних сферах народного господарства досліджують багато вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, а саме: Т. Богдан [1], Н. Кара, Л. Зинич [3], О. Сумець [5].

Унаслідок подальшого розвитку застосування інструментів інноваційного та проєктного менеджменту, а також значного зростання вітчизняної туристичної галузі у довоєнний період, відбулась активізація наукових досліджень щодо можливостей використання технологій інноваційного та проєктного менеджменту в сфері туризму. Зокрема, в цьому контексті можна виділити праці І. Несторішин [4], О. Данченко, В. Занора [2] та інших науковців, в яких досліджуються питання можливостей та перспектив застосування технологій інноваційного та проєктного менеджменту представниками туристичної бізнес-спільноти. Водночас на сьогодні залишається відкритим питання особливостей використання нових підходів до застосування інноваційного та проєктного менеджменту в сфері туризму з врахуванням особливостей створення та реалізації туристичного продукту.

Мета статті – дослідження особливостей проєктного підходу до управління в сфері послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні є чимало визначень поняття “проєкт”. Для потреб туризму нами пропонується розгорнуте, а

тому більш точне визначення: проєкт – система чітко поставленої мети, що досягається за допомогою спеціальних технічних засобів та технологічних процесів з використанням фінансових, матеріальних, трудових й інших ресурсів, а також управлінські рішення та організаційні заходи, обумовлені зазначеними цілями. З наведеного визначення як проєкт приймається туристський продукт і відповідно управління проєктами є управління створенням туристського продукту. Основний метод розроблення проєкту – креативний підхід.

Для управління проєктами у туризмі необхідно розглянути низку найважливіших властивостей туристського продукту як об’єкта проєктування. Туристський продукт – це економічне благо, призначене для обміну, тобто туристичний продукт має товарну ознаку [4]. Для управління проєктами у туризмі важливо те, що такий продукт може бути спожитий лише місці виробництва відповідних послуг. Управління проєктами передбачає розробку технології складання туристичного продукту, що як товар характеризується споживчою вартістю, тобто корисністю чи здатністю задовольняти певні рекреаційні потреби людей. Корисність туристського товару визначається його цінністю для суб’єкта. Тому туроператор повинен прагнути до того, щоб створити такий продукт, який був би цінний для максимально великої кількості людей, тобто, по можливості, він повинен мати масового споживача. Тоді можна використовувати й індустріальні технології для його проєктування та виробництва [3].

Масштаб туристичного проєкту, як правило, відповідає величині підприємництва у туризмі, а тому можливі великі, середні та малі проєкти. Величина туристичного проєкту оцінюється за критеріями: кількість турів за певний період, кількість туристів, що обслуговуються, обсяг виручки. Слід виділити спеціальні види проєктів, які можуть бути адаптовані до умов туристичної діяльності, саме: інвестиційний проєкт, пов’язаний з необхідністю певних капітальних вкладень у створення та розвиток підприємств туристичної інфраструктури; інноваційний проєкт, пов’язаний з розробкою нових туристичних продуктів або окремих їх складових – послуг, нових напрямів тощо; міжнародний проєкт – проєкт, у розробці та реалізації якого беруть участь іноземні партнери [5].

Ключовим елементом управління проєктами є цикл життя проєкту. Кожен проєкт від виникнення ідеї до завершення проходить низку послідовних етапів, а загальна тривалість всіх етапів і є життєвим циклом проєкту. Після завершення проєкту розроблений турпродукт набуває товарної форми – стає предметом купівлі-продажу на ринку туристичних послуг. А це означає, що остаточна ціна такого турпродукту встановлюється цим ринком як

компроміс попиту та пропозиції. Турпродукт як товар має свій життєвий цикл, тривалість і структура якого визначається ринком – попитом споживачів. На зазначений життєвий цикл впливають інші чинники: мода, платоспроможність клієнтури, реклама, міжнародна ситуація тощо, однак найбільше – інноваційна активність туристичних компаній. У цьому аспекті інноваційна активність є результатом системи управління проєктами в туризмі, бо спочатку метою проєкту є створення нового турпродукту.

Туроператори і турагенти у своїй повсякденній професійній діяльності повинні відстежувати стан життєвих циклів туристичних продуктів, що реалізуються на ринку, з метою проєктування нових або модернізації уже експлуатованих.

Можна стверджувати, що туризм є наукомісткою галуззю сучасної економіки. У складі собівартості турпродукту, як і будь-якої наукомісткої продукції, значну частку становлять витрати на його наукове забезпечення. Тому турпродукт загалом є інтелектуальною власністю розробника: може бути предметом патентування чи реєстрації авторських прав. Турпродукт – це інтелектуальний продукт. Маркетингове забезпечення необхідне для отримання інформації про кон'юнктуру ринку. Але при цьому воно покликане зіграти свою роль при виведенні проєкту у формі готового турпродукту безпосередньо на ринок. При проєктуванні турпродукту розробник проєкту повинен прагнути максимально використовувати власні ноу-хау. У системі управління проєктами, зокрема туристичними, об'єктами управління стають також їхні складові. Американський інститут управління проєктами PMI, визначає світові стандарти в професійній сфері діяльності, виділяючи такі базисні галузі управління проєктами:

- 1) управління змістом проєкту, або предметна область проєкту, яким є турпродукт з усіма своїми складовими елементами;
- 2) управління часом, тобто забезпечення своєчасного виходу турпродукту ринку для його реалізації;
- 3) управління вартістю, тобто дотримання кошторису витрат за розробку турпродукта;
- 4) управління якістю, тобто виконання вимог щодо якості турпродукту згідно з концепцією "TQM – Загальне управління якістю" [1];
- 5) управління людськими ресурсами, тобто трудове забезпечення проєкту;
- 6) управління інформацією, тобто інформаційне забезпечення проєкту.

У туристській системі управління проєктами завжди важливо пам'ятати, що користувачем результатами цієї системи є людина. А тому обов'язковою вимогою в системі управління проєктами в туризмі треба вважати обов'язковим заходом

проведення психологічної експертизи ново-спроєктованого готового туристичного продукту. Метою такої експертизи є визначення та оцінка рівня його привабливості. Крім того, психологічна експертиза проєкту повинна встановити адресність турпродукту, тобто визначити "портрет" найбільш ймовірного потенційного туриста як користувача: соціальний статус, сімейний стан, величина доходу, рівень освіти, інтереси, особистісні характеристики, тощо – до реалізації турпродукту на ринку. Проведені маркетингові дослідження попиту спрямовані на уточнення і коригування "адресності" турпродукту. Питання управління проєктами у туризмі мають першочергове значення, оскільки визначають ефективність і конкурентоспроможність туристських підприємств. У зв'язку з цим нами розроблено основи підготовки підприємців, які володіють теорією та методами проєктування туристичних продуктів [5]. Підготовка спеціалістів-підприємців потребує постійного вдосконалення, зумовленого динамікою функціонування ринкового середовища. Будь-яка підприємницька діяльність перебуває під впливом нових економічних реалій.

Сучасна соціально орієнтована економіка – це економіка з дуже великою кількістю ступенів свободи. У ній суб'єкти здійснюють свою підприємницьку діяльність у широких, юридично дозволених межах. Ця обставина об'єктивно вимагає розширення інструментарію підприємницького менеджменту, що має знайти вираження у процесі підготовки фахівців. У зв'язку з цим доцільно надати навчальним дисциплінам, що викладаються, форму проєктів, теоретичною основою якої є управління ними – Project Management. Це означає, що основні положення управління проєктами мають стати невід'ємною частиною туристського менеджменту. Принципи та методи управління проєктами у туризмі знайшли застосування при розробці туристичного кластера [3]. Розроблена концепція передбачає створення основи розробки проєкту туристського центру як найважливішого напрямку економіки. Розробка проєкту має здійснюватися з урахуванням принципів і методів теорії управління проєктами. У нашому випадку концепція як така повною мірою відповідає своєму призначенню, бо концепція є певний спосіб розуміння проблеми, що розглядається, і внаслідок цього – керівна ідея та конструктивна програма її здійснення насправді, що відповідає першому етапу життєвого циклу проєкту.

Відповідно до свого призначення, концепція має лаконічний та принциповий характер, оскільки має на меті всебічне обговорення та експертизу, на основі чого вносяться необхідні корективи для подальшої розробки проєкту. Концепція розвитку туризму складається з мети, завдань та короткого змісту. Мета концепції визначає розробку стратегії

створення проєкту територіального багатогалузевого туристичного кластера, спрямованого на залучення та обслуговування масового туризму за традиційними і специфічними напрямками туристичної діяльності.

Висновки. Туризм – пріоритетна галузь економіки, пов’язана з розв’язанням соціальних завдань щодо створення нових робочих місць, тобто зайнятостю населення. Розв’язання завдань у рамках розробленої концепції має здійснюватися у широкому діапазоні – від інвентаризації наявних туристських ресурсів району до маркетингу, реклами та створення бренду. Розроблена концепція повною мірою є частиною системи управління проєктами: вона визначає послідовність проєктування конкретного туристського продукту, який завершується у вигляді товару, тобто проєкту. Таким чином, розробка туристського продукту як проєкту переводить туристську індустрію на якісно новий, вищий рівень, ставлячи їх в один ряд з іншими сучасними високотехнологічними галузями економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богдан Т.В. Фінансово-економічні наслідки війни URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoeconomic_naslidki.html (дата звернення: 19.08.2024)

2. Данченко О., Занора В. Проектний менеджмент: управління ризиками та змінами в процесах прийняття управлінських рішень : монографія Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2019. 278 с.

3. Кара Н.І., Зинич Л.В. Peculiarities of innovative management in the activities of international companies. *Ме-*

неджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. Львів : НУ “Львівська політехніка”, 2021. № 2. С. 40–46.

4. Несторішин І.В. Інноваційний і проєктний менеджмент в туризмі. *Інновації та технології у сфері послуг та продовольства.* Дніпро. 2023. № 1 (7). С. 21–26.

5. Сумець О.М. Проектно-орієнтоване управління організацією : навчальний посібник. Київ : Університет “КРОК”, 2022. 167 с.

REFERENCES

1. Bohdan, T.V. Finansovo-ekonomichni naslidky viiny [Financial and economic consequences of the war]. Available at: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoeconomic_naslidki.html (Accessed 19 Aug. 2024). [in Ukrainian].

2. Danchenko, O. & Zanora, V. (2019). Proektnyi menedzhment: upravlinnia ryzykamy ta zminamy v protsesakh pryiniattia upravlinskykh rishen [Project management: managing risks and changes in management decision-making processes]. Cherkasy, 278 p. [in Ukrainian].

3. Kara, N. & Zynych, L. (2021). Osoblyvosti innovatsiinoho menedzhmentu v diialnosti mizhnarodnykh kompanii [Peculiarities of innovative management in the activities of international companies]. *Journal of the Lviv Polytechnic National University.* No. 2. Lviv, pp. 40–46. [in Ukrainian].

4. Nestorishyn, I.V. (2023). Innovatsiyni i proektni menedzhment v turizmi [Innovative and project management in tourism]. *Journal of the Dnipro National University.* No. 1(7), Dnipro, pp. 21–26. [in Ukrainian].

5. Sumets, O.M. (2022). Proektno-orientovane upravlinnia orhanizatsiieiu [Project-oriented organization management]. Kyiv, p. 167 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 30.08.2024



“Я зробив усе, що міг; хай хто може, зробить краще”.

*Овідій
римський поет*

“Я вважаю, що лише ми самі відповідаємо за свій вибір, і ми повинні прийняти наслідки кожної справи, слова, і думки, які виникали в нас протягом усього нашого життя”.

*Елізабет Кюблер-Росс
американська вчена, психолог*

*“Одне судно рухається на схід, а інше на захід
з тими ж самими вітрами, що наповнюють вітрила.
Набір вітрил, а не сила бурі
говорить нам, куди рухатися.
Як морські вітри хвилі часу;
Що несуть нас вперед через життя,
Це покликує душі, що визначає нашу мету,
А чи неспокої, або боротьбу?”*

*Елла Віллер Вілкокс
американська письменниця, поетеса*

