

УДК 330

Оксана Кулик

*викладач кафедри туризму,
стейкхолдер
кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана Боберського*

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ, ЇХНЯ СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

На сьогодні день туристична галузь є однією з перспективних галузей ринкової економіки, яка динамічно розвивається. Питанням управління туристичними продуктами та туристичними проєктами присвячено багато уваги наукових дослідженнях так в практичній реалізації.

Управління проєктами (англ. project management) – галузь знань із планування, організації та управління ресурсами для успішного досягнення цілей та завершення завдань проєкту [1].

Майже повсюдно в усіх галузях, зокрема і в галузі індустрії гостинності, стурбовані тим, яким чином управляти такими довготерміновими проєктами, щоби втілити їх найбільш ефективно. Великі проєкти туристичної галузі часто є одноразовими проєктами і викликають певні труднощі в операційних менеджерів. Ставки на такі проєкти є дуже високими, вкладаються значні кошти, але проєкти можуть бути запущені даремно внаслідок недосконалого планування та вивчення окупності цього проєкту. Таким чином, багато менеджерів займаються управлінням проєктами. Така потреба в межах операційного менеджменту може виникнути, наприклад, під час створення нових туристично-рекреаційних пансіонів, туристичних гірськолижних курортів та ін. Управління проєктами є основною формою планування та контролю поточної діяльності підприємства [2].

Поняття «проєкт» можна визначити як послідовність взаємопов'язаних операцій, спрямованих на досягнення конкретного

значного результату впродовж конкретно заданого часу за умови встановлених певних ресурсних обмежень.

Основні ознаки проєкту:

- можливість зміни комплексу заходів;
- неповторність;
- обмеженість у часі та обмеженість ресурсів.

Обмеженість у часі означає, що будь-який проєкт має термін початку і термін завершення.

Обмеженість ресурсів вказує, що будь-який проєкт має свій обсяг матеріальних, людських та фінансових ресурсів, які використовуються за встановленим і лімітованим бюджетом. Вважають, що управління проєктами в туристичній галузі є одним з важливих засобів маркетингу. Управління проєктами в туристичній галузі – це економічні, організаційні та правові аспекти розроблення нових проєктів, суб'єктів галузі туристичного бізнесу. Відповідно існують форми та механізм управління розроблення проєктів туристичної галузі. Виокремимо основні з них:

- ознайомлення з економічною сутністю та певним видом проєктів у туристичній галузі;
- визначення та оцінювання інвестиційної привабливості;
- вивчення порядку підготовки до вивчення реальних проєктів, які підтримуватимуть на рівні органів місцевого самоврядування;
- визначення атрактивності дестинацій; аналіз ефективності окремих проєктів з погляду атрактивності;
- розроблення стратегії щодо залучення інвестора в діяльність туристичних підприємств, представлених у певних дестанаціях, які на сьогодні є найбільш привабливими;
- упровадження заходів щодо зменшення ризиковості проєктів;
- під час аналізу управління проєктами з погляду маркетингу можна зазначити таке: маркетинг має комплексний характер, тому що об'єднує низку елементів із притаманними їм властивостями.

Управління проєктами – це комплекс засобів впливу на цільові сегменти ринку чи інші контактні аудиторії для формування прихильного ставлення до підприємств туристичної галузі. Маркетингова політика управління проєктами використовує елементи комплексного просування засобів комунікації, а комунікації

в широкому значенні – це процес обміну інформацією. Комплексний підхід до управління проектами містить такі етапи (рис. 1).

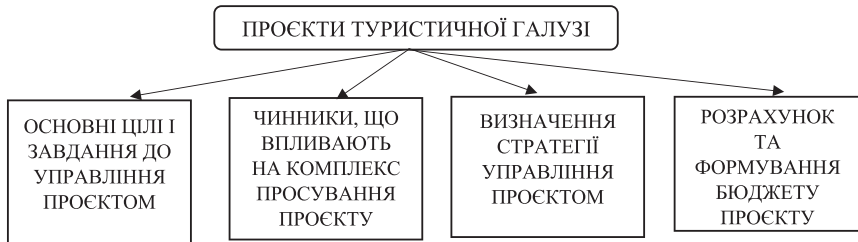


Рис. 1. *Проекти туристичної галузі*

Отже, можемо зробити висновок, що управління проектами для туристичної галузі є важливим та містить багатогранні функції, адже за умови правильної стратегії, вибраної для реалізації певного проекту, підприємство-інвестор чи інший суб'єкт, який здійснює інвестиційну діяльність, може абсолютно максимально передбачити всі можливі та приховані ризики, цього проекту. Відповідно, передбачивши всі ризикові чинники та можливість їх мінімізації, інвестор ухвалить правильне рішення щодо доцільності впровадження такого проекту.

Ключові слова: проект, туристична галузь, стратегія, управління.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Менеджмент: управління проектами [Електронний ресурс]. – URL: https://pidruhniki.com/1580042053533/menedzhment/upravlinnya_proektami
3. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика / Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. – Київ : Центр навчальної літератури. 2020. – 544 с.