

О. Б. Данченко

Черкаський державний технологічний університет

Г. М. Чепурда

Черкаський державний технологічний університет

О. Б. Куракін

Черкаський державний технологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Впровадження проектного підходу в будь-якій галузі економіки країни спрямоване на ефективне використання ресурсів, оптимізацію процесів та досягнення стратегічних цілей шляхом чіткого планування та виконання різних ініціатив. Такий підхід допомагає компаніям краще організувати свою діяльність, підвищувати конкурентоспроможність і відповідати вимогам сучасного ринку. Тому варто розглянути питання впровадження методології управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. До повномасштабного вторгнення РФ в Україну, протягом останніх десяти років у великих містах країни спостерігалося стрімке зростання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. На ринку з'являлися великі міжнародні мережі, збільшувалася кількість невеликих приватних готелів, а також модернізувалися старі радянські заклади. Кількість проєктів у цій сфері постійно зростала, особливо перед проведенням важливих подій і великих заходів. Водночас менеджери проєктів часто стикалися з викликами щодо ефективного управління і балансу між фінансами, якістю та термінами виконання. Це питання залишається актуальним і сьогодні. У статті обґрунтована необхідність дослідження особливостей управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі й проаналізовано поняття «туристичний проєкт» та «туристичний продукт» з точки зору проектного підходу. Наведена класифікація туристичних проєктів за наступними ознаками: за масштабом, за географічним принципом, за метою, за тривалістю виконання, за джерелами фінансування та за кількістю учасників. Обґрунтовано етапи життєвого циклу туристичного проєкту, що відповідають життєвому циклу туристичного продукту, який повинен бути оновлений чи удосконалений до завершення етапу зрілості попереднього продукту. На основі теорії життєвого циклу туристичного проєкту, яка повністю узгоджується з принципами управління проектами, можна стверджувати, що вона визначає чітку послідовність створення туристичного продукту, який у підсумку стає товаром, тобто проєктом. Загалом, розробка туристичного продукту у форматі проєкту підвищує рівень туристичної індустрії, наближаючи її до сучасних високотехнологічних секторів економіки.

Ключові слова: управління проектами, туризм, готельно-ресторанний бізнес, туристичний проєкт, туристичний продукт, особливості, життєвий цикл проєкту.

Постановка проблеми та її актуальність. Впровадження проектного підходу в будь-якій сфері економіки країни спрямоване на ефективне управління ресурсами, процесами та досягненням стратегічних цілей, забезпечуючи чітке планування та виконання різних ініціатив [1; 2]. Цей підхід дозволяє компаніям краще організувати роботу, підвищити конкурентоспроможність і відповідати вимогам сучасного ринку. Тому доцільним було б розглянути питання впровадження методології управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

До повномасштабного вторгнення РФ на територію України протягом останніх десяти років у великих українських містах спостерігався швидкий розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. На ринок почали приходити великі міжнародні мережі, збільшуватися кількість малих приватних готелів, а також оновлюватися старі радянські заклади. Проєктів у цій галузі ставало дедалі більше, особливо перед важливими подіями

та масштабними заходами. Зважаючи на це, менеджери проєктів стикалися з викликами, пов'язаними з ефективним управлінням і балансуванням трьох ключових чинників: фінансів, якості та термінів виконання. Тому й на сьогодні це питання залишається актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі має свої специфічні особливості, які слід враховувати під час розробки та реалізації проєктів. Одним із основних напрямків є будівництво готельних комплексів. Неодноразово доведено, що процес створення готелю є надзвичайно складним, і неефективне управління може призвести до значних фінансових втрат.

Розглянемо ряд публікацій науковців, які присвячені тематиці управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

У роботі [3] розглядаються можливості впровадження гнучких методів управління проектами для забезпечення ефективності проєктів в індустрії гостинності.

Керівник проєкту повинен заохочувати кожного учасника відмовитися від своєї затвердженої моделі поведінки, щоб оперативно вирішувати будь-які проблеми, які можуть виникнути під час виконання проєкту, і реагувати на внутрішні заперечення. Оскільки готельний бізнес орієнтований на клієнта, надання наскрізних послуг неможливе через стандартне управління індивідуальними вимогами клієнта. Тому дане дослідження спрямоване на визначення доцільності використання методології шляхом виявлення кількох критеріїв управління проєктами (APM) у готельному бізнесі.

Авторами у роботі [4] виявлено, що глобальна індустрія туризму вже зазнала величезних втрат через COVID-19 (коронавірусна хвороба 2019) у 2020 році. Управління кризовими ситуаціями, включаючи управління катастрофами та управління ризиками, стає гарячою темою для організацій індустрії гостинності та туризму. Авторами запропоновано нову концептуальну основу для майбутньої програми досліджень антикризового менеджменту в індустрії гостинності та туризму. Крім того, у моделі TCM (теорія-контекст-метод) також було запропоновано десять можливих подальших напрямків дослідження: теорії запобігання кризі та готовності до неї, комунікації ризиків, освіти та підготовки з управління кризою, оцінки ризиків та кризових подій у контексті COVID-19, конфіденційність даних у сфері гостинності та туризму, політичні кризи, цифрові медіа та альтернативні аналітичні методи та підходи.

У роботі [5] пояснюється огляд менеджменту гостинності; огляд менеджменту туризму; якість продукції, якість обслуговування, ціна, задоволеність клієнтів і довіра споживачів до управління гостинністю та туризмом; значення менеджменту гостинності в глобальному бізнесі; значення менеджменту туризму в глобальному бізнесі; та управлінські наслідки менеджменту гостинності та туризму. Індустрія туризму та гостинності є однією з найважливіших галузей сучасного ділового світу. Важливо придбати рушійний ентузіазм щодо обслуговування клієнтів і сильне почуття професіоналізму, щоб розвивати та підтримувати задоволеність клієнтів у індустрії гостинності та туризму. Ефективне управління гостинністю та туризмом позитивно впливає на задоволеність клієнтів, ріст фірми та продуктивність у глобальному бізнесі. У дослідженні стверджується, що сприяння управлінню гостинністю та туризмом у глобальному бізнесі має потенціал для підвищення ефективності організації та досягнення стратегічних цілей у цифрову епоху.

Автором у роботі [6] проведено дослідження особливостей проєктного підходу до управління маркетингом у туризмі, який в сучасних умовах дозволить підприємствам туристичного бізнесу бути більш гнучкими, вистояти та продовжувати розвиватися в кризових ситуаціях. Запропоновано застосовувати комплексний підхід до управління маркетингом у туризмі за допомогою впровадження проєктного підходу до управління цією діяльністю, який передбачає командну роботу всього підприємства під час створення та

реалізації маркетингових проєктів, а не роботу лише одного відділу маркетингу.

У роботі [7] визначено, що методологія проєктного менеджменту в туризмі повинна враховувати невизначеність та ризики, притаманні туристичним послугам, основні закономірності розвитку світового туризму й локальний перспективний проєкт, спрямований на взаємодію та інтеграцію локального, регіонального та глобального туристичних проєктів. Проведено аналіз існуючих методологій управління проєктами та методів, які дозволяють врахувати ризик та невизначеність у туристичній галузі. За результатами якого авторами представлено узагальнений алгоритм застосування імітаційного моделювання в методології критичного шляху (CPM), який допомагає покращити стратегічне та операційне управління в туризмі, знизити ризики та підвищити ефективність проєктів і послуг, що є важливими аспектами успіху в туризмі. Що, у свою чергу, створює можливості для отримання соціально-економічного синергетичного ефекту, який виражається в успішному завершенні проєкту та підвищенні конкурентоспроможності.

Авторами у роботі [8] узагальнено ключові концепції в управлінні проєктами, особливо в тому, що стосується відкриття нових готелів та іншої діяльності, пов'язаної зі сферою гостинності. Обґрунтована природа проєктів, і чим вони відрізняються від поточних бізнес-операцій щодо того, як вони плануються та контролюються, а також як вимірюється їхня ефективність. Розглянуто методи планування, що стосуються конкретних проєктів, а також підходи до аналізу та управління ризиками, що пов'язані з успішним завершенням проєктів, що у свою чергу, підвищує шанси на успішне відкриття нових готелів.

У роботі [9] проведено дослідження ефекту управління туризмом як панацеї для сталого розвитку індустрії гостинності в Нігерії. За результати опитування виявлено, що управління напрямками, управління об'єктами пам'ятки, управління системою туристичного транспорту, управління туристичними посередниками та управління системою безпеки має значний позитивний вплив на стійкість індустрії гостинності. Тому ефективне управління туризмом та прийняття дієвих стратегій є життєво важливими для розвитку та зростання туристичного сектору, для покращення екосистеми туризму та стійкості індустрії гостинності.

Автором у роботі [10] виявлено, що складність сучасного менеджменту туризму та гостинності через конкуренцію на ринку туристичних напрямків, особливо в міських туристичних напрямках, породила попит на креативність та інновації. Тому пропонується поєднати міську гостинність із туристичним досвідом, а також те, як управляють туристичними інноваціями та креативністю в умовах конкуренції. Автором запропоновано модель "впровадження інновацій у міському управлінні гостинністю", яка описує структуру зв'язків і взаємодії між різними сталими громадськими та соціальними аспектами.

У роботі [11] проведено дослідження сучасних тенденцій управління проектами в готельному та ресторанному бізнесі. Автором визначено сучасні теорії та завдання управління проектами: надання необхідних знань працівникам готельно-ресторанного бізнесу, сприяти підвищенню кваліфікації даних працівників, а також вирішувати проблеми, які при цьому вимагають подальшого вивчення задля розвитку наукової бази в управлінні проектами. Було детально розглянуто декілька тенденцій управління проектами, які лиш починають з'являтися на ринку послуг гостинності та матимуть великий вплив в подальшій перспективі: безпека даних, дистанційна робота, автоматизація управління проектами, управління працівниками та їх емоціями, аналіз даних по проекту.

Авторами у роботі [12] розглянуто особливості управління проектами в сфері туризму на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства, особливого значення набуває реалізація проектів державно-приватного партнерства на загальнодержавному рівні, яке переважно реалізується через створення національних туристичних організацій або аналогічних структур, які діють у національному масштабі. Перевагою державно-приватного партнерства є можливість використовувати сторонні інвестиції з метою подолання спадів і криз під час стагнації національної економіки. Найбільшого розповсюдження проекти державно-приватного партнерства дістали у економічно розвинених країнах, про що свідчить світовий досвід їх реалізації. Визначено основні джерела фінансування, склад учасників та результати найбільш вдалих туристичних проектів на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства.

За результатами проведеного аналізу наукових публікацій можна говорити про те, що існує потреба у більш детальному розгляді питання особливостей управління проектами в галузі туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Метою дослідження є визначення особливостей управління проектами в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм є однією з пріоритетних галузей економіки, оскільки сприяє вирішенню соціальних питань, таких як створення нових робочих місць та забезпечення зайнятості населення. Розвиток туристичних проектів повинен охоплювати широкий спектр завдань – від аналізу та оцінки наявних туристичних ресурсів регіону до реалізації маркетингових стратегій, рекламних кампаній та формування власного бренду [13; 14; 15].

Туристичний 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 [15].

Відповідно до цього визначення, туристичний продукт – це проект, а управління проектами, відповідно, є управлінням створенням цього продукту. Основним підходом до розробки проекту є креативність. Для

ефективного управління проектами в туризмі важливо враховувати ключові характеристики туристичного продукту як об'єкта проектування.

Туристичний продукт у широкому розумінні є економічним благом, призначеним для обміну, тобто має товарну природу. Ключовим аспектом управління проектами в туризмі є те, що туристичний продукт може бути спожитий лише там, де надаються відповідні туристичні послуги.

Управління проектами передбачає розробку плану створення туристичного продукту, який має споживчу вартість, тобто здатність задовольняти певні рекреаційні потреби. Його корисність визначається тим, наскільки він цінний для споживача. Важливим завданням туроператора є створення продукту, який матиме високу цінність для максимально великої кількості людей, тобто орієнтуватися на масового споживача, що дозволяє використовувати індустріальні технології для проектування та виробництва туристичного продукту. У деяких випадках туристичний продукт пов'язується з поняттям “туристичний пакет”, який включає основний набір послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом і має серійний характер.

Туристичний пакет включає у себе наступні обов'язкові елементи, зокрема туристичний центр, транспорт та послуги розміщення. Туристичний центр – це місце відпочинку туриста, яке охоплює всі доступні рекреаційні можливості, зокрема природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні та інфраструктурні ресурси. Виходячи із цього туроператор повинен організовувати транспорт до цього місця та бронює готель саме там. Послуги розміщення передбачають конкретний готель або інші види розміщення (мотелі, вілли, апартаменти, кемпінги тощо), який пропонується туристу в туристичному центрі на період подорожі. Харчування не є окремим елементом туристичного пакету, оскільки у сфері туризму воно є складовою послуг розміщення.

Важливу роль у туристичному проекті відіграє трансфер, тобто перевезення туриста від місця прибуття в країні перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція) до місця розміщення (готелю) і назад. Трансфери можуть здійснюватися автобусами, іноді таксі або лімузинами, залежно від того, чи включено їх у турпакет або за бажанням туриста.

Отже, туристичний продукт – це поєднання матеріальних (предмети споживання) та нематеріальних (послуги) цінностей, необхідних для повного задоволення потреб туристів під час подорожі.

Туристичний проект можна класифікувати за такими основними характеристиками, які наведено на рис. 1.

Життєвий цикл проекту є ключовим аспектом управління проектами. Кожен проект, від моменту виникнення ідеї до його повного завершення, проходить через кілька послідовних етапів, які разом складають його життєвий цикл. Життєвий цикл туристичного проекту складається з таких етапів (рис. 2) [15]:

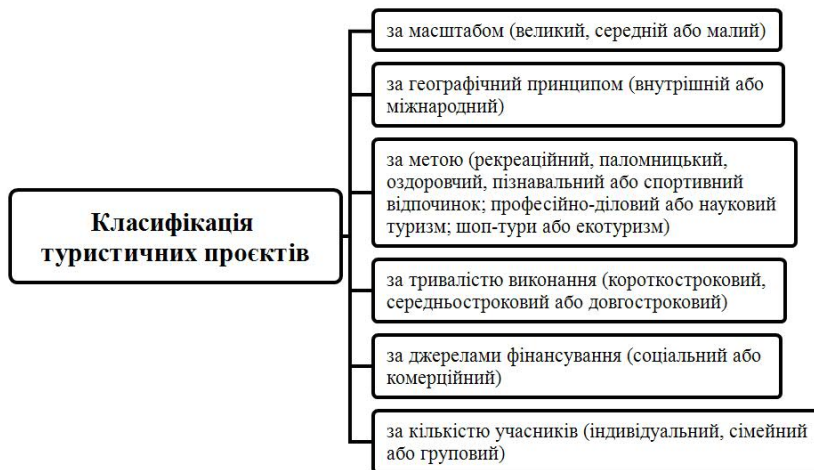


Рисунок 1 – Класифікація туристичних проєктів

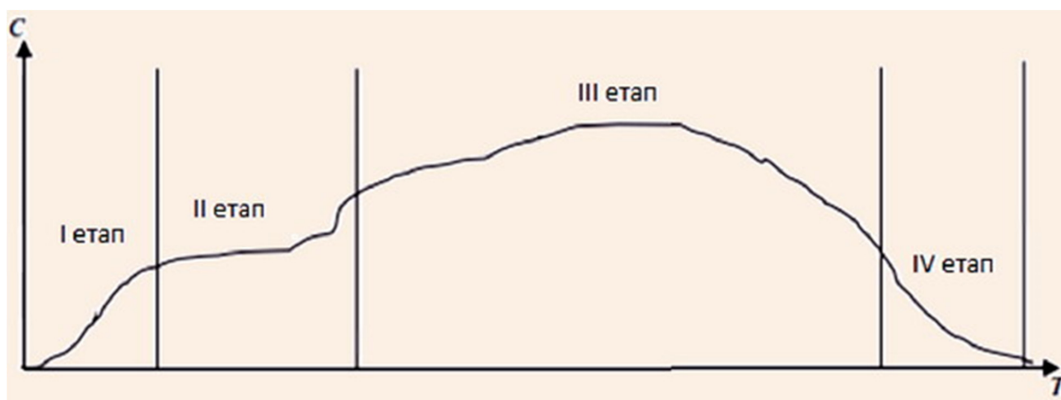


Рисунок 2 – Життєвий цикл туристичних проєктів

- I етап – концептуальний (початковий);
- II етап – проєктування туристичного продукту;
- III етап – розробка туристичного продукту;
- IV етап – завершення та отримання готового туристичного продукту.

Короткий зміст етапів життєвого циклу туристичного проєкту наведено в табл. 1 [14].

Після завершення проєкту створений туристичний продукт набуває товарної форми та стає об'єктом купівлі-продажу на ринку туристичних послуг. Це означає, що остаточна ціна туристичного продукту визначається ринком як компроміс між попитом і пропозицією.

Туристичний продукт, як товар, має свій життєвий цикл, тривалість і структура якого залежать від споживчого попиту. На цей життєвий цикл також впливають інші фактори, такі як сучасність, платоспроможність клієнтів, рекламні кампанії, міжнародна ситуація тощо. Одним із найсильніших впливів є інноваційна діяльність туристичних компаній, тобто створення сучасного та цікавого туристичного продукту. Важливим аспектом є те, що перший етап життєвого циклу туристичного продукту як товару відповідає всьому життєвому циклу проєкту. Результатом життєвого циклу туристичного проєкту є створення

Таблиця 1 – Етапи життєвого циклу туристичного проєкту

Найменування етапу	Зміст етапу
Концептуальний етап	Збирання вихідних даних. Аналіз вихідних даних. Виявлення потреби в проєкті. Формулювання мети проєкту. Основні вимоги до проєкту. Учасники проєкту. Необхідні ресурси. Формулювання концепції проєкту та її експертиза. Затвердження концепції проєкту.
Проєктування туристського продукту	Формування команди розробників проєкту. Розвиток і конкретизація концепції. Визначення структури туристського продукту. Розробка кошторису реалізації туристського продукту.
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.
Завершальний етап	Планування процесу завершення проєкту. Апробація завершеного туристського продукту. Підготовка та комплектування персоналу для експлуатації туристського продукту. Підготовка необхідної інструктивно-нормативної документації для учасників проєкту. Введення туристського продукту в експлуатацію.

інформаційного продукту, який включає у себе набір технологічної, правової, інструктивно-нормативної та іншої документації, тобто сам проєкт.

Туроператори та турагенти повинні постійно відстежувати життєвий цикл туристичних продуктів, які вони реалізують на ринку, з метою розробки нових або оновлення наявних туристичних продуктів.

Відповідно до теорії та практики менеджменту, розробка нового товару повинна розпочинатися на III етапі життєвого циклу, тобто на етапі зрілості, щоб до IV етапу – етапу спаду – на ринку вже був присутній

новий продукт. Це правило є ключовим у системі управління проєктами в туризмі.

Висновки. Виходячи із теорії життєвого циклу туристичного проєкту, яка в повній мірі відповідає системі управління проєктами, можна говорити про те, що вона визначає послідовність створення конкретного туристичного продукту, який у підсумку набуває товарної форми, тобто стає проєктом. У цілому, розробка туристичного продукту у вигляді проєкту піднімає туристичну індустрію на якісно новий, вищий рівень, прирівнюючи її до інших сучасних високотехнологічних галузей економіки.

Список використаних джерел:

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). Seventh Edition. 2021. USA: PMI. 237 p.
2. Данченко О. Б. Методологія інтегрованого управління відхиленнями в проєктах: дис... д-ра техн. наук: 05.13.22. Київ: Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури, 2015. 347 с.
3. Turginbayeva A., Nurseitova G., Zhakupbekova G., Doszhanov K., Konysbay A. (2020). Ability to Use Flexible Project Management in the Hotel Business. *E3S Web of Conferences*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015904009>
4. Wut T., Xu J., Wong S. Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management*. 2021. Vol. 85, № 104307. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
5. Kasemsap K. Facilitating Hospitality and Tourism Management in Global Business. *Foreign Direct Investments*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0201-2.CH016>
6. Барвінок Н., Подзігун С. Проєктний підхід до управління маркетингом в туризмі. *Економічні горизонти*. 2023. № 4 (26). С. 117–124. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(26\).2023.292676](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(26).2023.292676)
7. Mamotenko D., Shelemetieva T. Project management in tourism taking into account risk and uncertainty. *Market Infrastructure*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure74-29>
8. Noordzy G., Whitfield, R. Project Management of New Hotel Openings. 2015. P. 140–163. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8565-9.CH006>
9. Morgan M. O., Okon E. E., Emu W. H., Olubomi O. I. E., Edodi H. U. Tourism management: a panacea for sustainability of hospitality industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Vol. 37 (3). P. 783–791. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.37307-709>
10. Gelbman A. Tourist Experience and Innovative Hospitality Management in Different Cities. *Sustainability*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/SU13126578>
11. Постова В. В. Сучасні тенденції управління проєктами в готельному та ресторанному бізнесі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 3 (9). С. 44–48. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(9\).2023.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(9).2023.7)
12. Козловський Є. В., Ткаченко Т. І. Особливості управління проєктами в сфері туризму на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 9. С. 78–82. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.9.78>
13. Білега О. В., Авакян А. Особливості управління проєктами у сфері готельного бізнесу. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті*: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 11–12 жовтня 2018 р.). Одеса: ОДАБА, 2018. С. 190–193.
14. Бедрій Д. І., Адам Г. Ф. Проблеми реалізації туристичних проєктів на півдні Одещини. *Розвиток маркетингової діяльності в умовах економічної глобалізації*: тези доповідей Х Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 24 квітня 2018 року). Одеса: ОДАБА, 2018. С. 21–25.
15. Тимейчук А. М. Управління туристичними проєктами як основний функціональний елемент практичного туризмознавства. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2018. № 50. С. 379–383.

References:

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). Seventh Edition. (2021). USA: PMI. 237 p.
2. Danchenko O. B. (2015). Metodolohiya intehrovanoho upravlinnya vidkhylennyamy v proyektakh [Methodology of integrated management of deviations in project]: dys. dr. tech. sciences: 05.13.22. Kyiv: Kyiv. National University of Building and Architecture. 347 p. [in Ukrainian]
3. Turginbayeva A., Nurseitova G., Zhakupbekova G., Doszhanov K. & Konysbay A. (2020). Ability to Use Flexible Project Management in the Hotel Business. *E3S Web of Conferences*. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015904009>
4. Wut T., Xu J. & Wong S. (2021). Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management*. Vol. 85. № 104307. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
5. Kasemsap K. (2020). Facilitating Hospitality and Tourism Management in Global Business. *Foreign Direct Investments*. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0201-2.CH016>
6. Barvinok N. & Podzihun S. (2023). Proyektnyy pidkhyd do upravlinnya marketynhom v turyzmi [Project approach to marketing management in tourism]. *Economies' Horizons*. Vol. 4 (26). P. 117–124. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(26\).2023.292676](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(26).2023.292676) [in Ukrainian]

7. Mamotenko D. & Shelemetieva T. (2023). Upravlinnya proyektamy v turyzmi z urakhuvannyam ryzyku ta nevyznachenosti [Project management in tourism taking into account risk and uncertainty]. *Market Infrastructure*. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure74-29> [in Ukrainian]
8. Noordzy G. & Whitfield R. (2015). Project Management of New Hotel Openings. P. 140–163. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8565-9.CH006>
9. Morgan M. O., Okon E. E., Emu W. H., Olubomi O. I. E. & Edodi H. U. (2021). Tourism management: a panacea for sustainability of hospitality industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. Vol. 37 (3). P. 783–791. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.37307-709>
10. Gelbman A. (2021). Tourist Experience and Innovative Hospitality Management in Different Cities. *Sustainability*. DOI: <https://doi.org/10.3390/SU13126578>
11. Postova V. V. (2023). Suchasni tendentsiyi upravlinnya proyektamy v hotel'nomu ta restorannomu biznesi [Modern trends in project management in the hotel and restaurant business]. *Innovations and technologies in the field of services and food*. No. 3 (9). P. 44–48. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(9\).2023.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(9).2023.7). [in Ukrainian]
12. Kozlovskiy E. V. & Tkachenko T. I. (2019). Osoblyvosti upravlinnya proektamy v sferi turyzmu na osnovi zastosuvannya mekhanizmiv derzhavno-privatnoho partnerstva [Peculiarities of project management in the field of tourism based on the use of public-private partnership mechanisms]. *Investments: practice and experience*. No. 9. P. 78–82. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.9.78>. [in Ukrainian]
13. Bilega O. V., Avakyan A. (2018). Osoblyvosti upravlinnya proektamy u sferi hotel'noho biznesu [Peculiarities of project management in the field of hotel business]. *Project management: project approach in modern management: materials of the IX Intern. science and practice conf.* (Odesa, October 11–12, 2018). Odesa: ODABA. P. 190–193. [in Ukrainian]
14. Bedrii D. I., Adam G. F. (2018). Problemy realizatsiyi turystychnykh proektiv na pivdni Odeshchyny [Problems of implementing tourist projects in the south of Odesa]. *Development of marketing activities in the conditions of economic globalization: theses of the reports of the X Intern. science and practice conf.* (Odesa, April 24, 2018). Odesa: ODABA. P. 21–25. [in Ukrainian]
15. Timeychuk A. M. (2018). Upravlinnya turystychnymy proektamy yak osnovnyy funktsional'nyy element praktychnoho turyzmoznavstva [Tourism project management as the main functional element of practical tourism science]. *Modern information technologies and innovative teaching methods in the training of specialists: methodology, theory, experience, problems*. No. 50. P. 379–383. [in Ukrainian]

Olena Danchenko, Hanna Chepurda, Oleksandr Kurakin

Cherkasy State Technological University

FEATURES OF PROJECT MANAGEMENT IN THE TOURIST AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Implementation of the project approach in any branch of the country's economy is aimed at effective use of resources, optimization of processes and achievement of strategic goals through clear planning and implementation of various initiatives. This approach helps companies better organize their activities, increase competitiveness and meet the requirements of the modern market. Therefore, it is worth considering the issue of implementing project management methodology in the tourism and hotel-restaurant business. Before the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine, during the last ten years, the rapid growth of the tourist and hotel-restaurant business was observed in the country's major cities. Large international chains appeared on the market, the number of small private hotels increased, and old Soviet establishments were modernized. The number of projects in this area was constantly growing, especially before important events and large events. At the same time, project managers often faced challenges in effectively managing and balancing finances, quality, and deadlines. This question remains relevant today. The article substantiates the necessity of researching the peculiarities of project management in the tourist and hotel-restaurant business and analyzes the concepts of "tourist project" and "tourist product" from the point of view of the project approach. The classification of tourism projects is given according to the following characteristics: by scale, by geographical principle, by purpose, by duration of implementation, by sources of financing and by the number of participants. The stages of the life cycle of the tourism project, which correspond to the life cycle of the tourism product, which must be updated or improved before the maturity stage of the previous product, are substantiated. Based on the theory of the life cycle of a tourist project, which is fully consistent with the principles of project management, it can be argued that it determines a clear sequence of creating a tourist product, which eventually becomes a product, that is, a project. In general, the development of a tourist product in the project format raises the level of the tourism industry, bringing it closer to modern high-tech sectors of the economy.

Keywords: project management, tourism, hotel and restaurant business, tourist project, tourist product, features, project life cycle.

Статтю подано до редакції 14.08.2024