

ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

Кафедра готельно-ресторанної справи

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

**на тему: «Управління проєктами готельно-ресторанного
комплексу в сучасних умовах (на прикладі мережі кемпів
на Дністрі «Білий Бізон»)»**

Студента ІІ курсу ГР-28б групи
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна
справа»

Зарихта Д.

Керівник:

Копестинська О.І.

Національна шкала _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

м. Тернопіль – 2019р.

Тема: «Управління проєктами готельно-ресторанного комплексу в сучасних умовах (на прикладі мережі кемпів на Дністрі «Білий Бізон»)»

ПЛАН

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ПРОЄКТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

1.1 Проєкт та етапи його створення

1.2 Принципи та методи управління проєктами у готельно-ресторанній справі

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ДЛЯ МЕРЕЖІ КЕМПІВ НА ДНІСТРІ «БІЛИЙ БІЗОН»

2.1 Аналіз діяльності підприємства готельно-ресторанного комплексу

2.2 Суть та структура проєкту для мережі кемпів на Дністрі «Білий Бізон»

2.3 Очікувані результати впровадження проєкту

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ПРОЄКТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ.....	6
1.1 Проєкт та етапи його створення	6
1.2 Принципи та методи управління проєктами у готельно-ресторанній справі	8
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ДЛЯ МЕРЕЖІ КЕМПІВ НА ДНІСТРІ «БІЛИЙ БІЗОН»	12
2.1 Аналіз діяльності підприємства готельно-ресторанного комплексу.....	12
2.2 Суть та структура проєкту для мережі кемпів на Дністрі «Білий Бізон» ..	18
2.3 Очікувані результати впровадження проєкту	23
ВИСНОВКИ.....	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27
ДОДАТКИ.....	29

ВСТУП

Для написання курсової роботи було обрано підприємство «Білий Бізон» - мережу кемпів на Дністрі. Дане підприємство складається з двох баз відпочинку в селі Лука та Хмелева Городенківського району Івано-франківської області. На території баз розміщені будиночки-бунгало та великий хостел. Окрім цього є облаштовані місця для наметів, також намет можна взяти на прокат. Засоби розміщення призначені для використання лише у теплу пору року, адже підприємство працює лише під час літнього туристичного сезону (з кінця квітня до початку вересня). Також підприємство надає послуги харчування: стаціонарне харчування у їдальні на території кемпів, виїзне, так званий кейтеринг для урочистих подій на природі а також польова кухня для походів та сплавів. Окрім цього на території кемпів облаштовані місця для відпочинку, майданчики для спортивних ігор та дитячі майданчики. В обох кемпах облаштовані сауни.

На базі мережі кемпів «Білий Бізон» організовують спортивні змагання та фестивалі, події для прихильників екологічного відпочинку та для сімей з дітьми.

Основною принадою даного комплексу є його розташування безпосередньо на березі Дністра. Тому більшість туристів приїжджає сюди заради сплавів по Дністрі, адже каньйон дивує своїми краєвидами та природою. Розміщення кемпів дуже зручне для організації сплавів, адже розпочавши сплав вранці з села Лука, увечері можна прибути у Хмелеву, обидві ночі маючи можливість провести в комфортних умовах.

Актуальність теми полягає в тому, що одним з найпоширеніших запитів від клієнтів – це організація сплавів для великої кількості людей, переважно працівників одної компанії. Нажаль, в підприємства на даний момент немає відповідної послуги.

Тому **метою дослідження** стала розробка нового продукту – послуги, яка б задовольнила потребу компаній в організації корпоративного відпочинку. Такою послугою є організація триденного туру, що включає розміщення, харчування та сплав з Луки до Хмелевої.

Завдання:

- Визначити потреби організаторів корпоративних турів;
- Проаналізувати рівень цін компаній постачальників для закупки потрібних ресурсів;
- Скласти детальний кошторис;
- Визначити ефективність даного проєкту;
- Розробити канали продажу даного продукту;
- Сформувати кінцевий продукт.

Об'єкт дослідження: мережа кемпів на Дністрі «Білий Бізон».

Предмет дослідження: розробка нового туру для корпоративних клієнтів.

У курсовій роботі використані наукові праці з проєктного менеджменту, звітні документи та штатний розпис підприємства, дані власних досліджень та спостережень.

Курсова робота складається з вступу, двох розділів, висновків та додатків, загальний обсяг роботи 34 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ПРОЄКТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

1.1 Проєкт та етапи його створення

Проєкт — це сукупність пов'язаних процесів, що відбуваються в часових рамках, що мають визначений перелік ресурсів та вимоги щодо якості. Кінцевою метою проєкту є нової цінності.

Рассел Арчибальд, один з визнаних класиків управління проєктами, визначає проєкт як «комплекс зусиль, здійснюваних з метою отримання конкретних унікальних результатів у рамках відведеного часу і в межах затвердженого бюджету, який виділяється на оплату ресурсів, що використовуються або споживаються в ході проєкту» [3, с. 13].

Залежно від сфери здійснення проєкту виділяють кілька типів проєктів:

- технічний проєкт — направлений на створення нового продукту;
- організаційний проєкт — направлений на створення або реорганізацію організації;
- соціальний проєкт — направлений на отримання певного соціального ефекту.

Також існують змішані проєкти, що являють собою різні комбінації основних типів проєктів.

Для того щоб проєкт вважався успішно виконаним а мета досягнутою повинні бути виконані завдання, що заздалегідь визначаються командою та використані лише заплановані ресурси (час, матеріально-технічні ресурси, гроші).

Вигоди від реалізації проєкту — грошове вираження сукупної вартості всіх товарів, послуг і інших вигод, що виникають як результат капіталовкладень у даний проєкт.

Проєкт може бути розбитий як на підпроєкти, так і на фази. Сукупність фаз являє собою життєвий цикл проєкту.

Життєвий цикл проєкту складається з таких етапів:

Ініціація – під час цього етапу визначається проблема, яку покликаний вирішити даний проєкт. Після того, як кінцева мета визначена необхідно визначити шляхи вирішення даної проблеми. Також на початковому етапі формується команда, що працюватиме над проєктом. В ході проєкту склад команди може доповнюватись чи змінюватись, залежно від потреби. Для того щоб розподілити проєкт на зони відповідальності членів команди та визначити часові рамки виконання проєкт розбивається на окремі частини та підпроєкти. Результатом даного етапу є створений кістяк команди, визначена проблематика, мета та шляхи її досягнення.

Планування – даний етап передбачає складання детального плану діяльності, аналізу попередніх напрацювань та ресурсів. Визначається термін виконання проєкту, складається план використання ресурсів та перелік необхідної матеріально технічної бази для реалізації проєкту. Визначаються очікувані результати від виконання як підпроєктів, так і проєкту в цілому. Результатом даного етапу є готовий детальний та послідовний план реалізації проєкту.

Виконання – втілення проєкту в життя. Використання наявних ресурсів для отримання бажаного результату.

Контроль і моніторинг – від моменту запуску діяльності над проєктом відбувається поточний контроль та аналіз діяльності. Він включає моніторинг усіх процесів, що відбуваються в рамках проєкту, моніторинг зовнішніх процесів та ринку, перевірка відповідності дій складеному плану.

Завершення – кінцевий етап реалізації проєкту. На цьому етапі здійснюється глибинний аналіз проєкту, оцінюються результати, визначаються успіхи та невдачі, підводиться підсумок даного проєкту [5, с. 56].

1.2 Принципи та методи управління проєктами у готельно-ресторанній справі

У людства за всю історію накопичився значний список успішно реалізованих складних проєктів. Від будівництва Пірамід у Гізі до відправки людини на Місяць, найсміливіші людські починання вимагали злагодженої роботи тисяч людей.

Всі проєкти різні. Не існує ідеальної системи управління проєктами, що підходить для кожного з видів проєктів. Також не існує системи, яка б підходила кожному керівнику і була зручна для всіх членів команди. Однак за час існування проєктного управління було створено чимало ефективних підходів, методів і стандартів, які можна взяти на озброєння [2, с. 38].

На даному етапі розвитку науки управління проєктами виділяють такі методи управління проєктами:

1. Класичний проєктний менеджмент.
2. Agile.
3. Scrum.
4. Lean.
5. Kanban.
6. Six Sigma.
7. PRINCE2.

Зазвичай виділяють 5 етапів класичного проєктного управління, але можна додавати і додаткові етапи, якщо того вимагає проєкт.

5 етапів традиційного менеджменту:

Етап 1. Ініціація. Керівник проєкту і команда визначають вимоги до проєкту. На даному етапі часто проводяться наради та «Мозкові штурми», на яких визначається що ж повинен представляти із себе продукт проєкту.

Етап 2. Планування. На даному етапі команда вирішує, як вона буде досягати мети, поставленої на попередньому етапі. На даному етапі команда

уточнює і деталізує цілі і результати проєкту, а також склад робіт по ньому. На підставі цієї інформації команда формує календарний план і бюджет, оцінює ризики і виявляє зацікавлених сторін.

Етап 3. Розробка. Дана стадія реалізується не для всіх проєктів – як правило вона є частиною фази планування. У фазі розробки, характерною для технологічних проєктів, визначається конфігурація майбутнього проєкту і / або продукту і технічні способи його досягнення. Наприклад в ІТ-проєктах на даному етапі вибирається мова програмування.

Етап 4. Реалізація та тестування. На цій фазі відбувається основна робота по проєкту – написання коду, зведення будівлі і таке інше. Дотримуючись розробленого плану створюється зміст проєкту, проводиться контроль за обраними критеріями. У другій частині цієї фази відбувається тестування продукту, він перевіряється на відповідність вимогам замовника і зацікавлених сторін. У частині тестування виявляються і виправляються недоліки продукту.

Етап 5. Моніторинг і завершення проєкту. Залежно від проєкту дана фаза може складатися з простої передачі замовнику результатів проєкту або ж з тривалого процесу взаємодії з клієнтами щодо поліпшення проєкту і підвищенню їх задоволеності, і підтримки результатів проєкту. Останнє відноситься до проєктів в області клієнтського сервісу і програмного забезпечення.

Для різних проєктів потрібні різні фази реалізації – декому достатньо і трьох фаз, іншим набагато більше. Іноді використовується так званий «ітеративний водоспад», в якому кожен етап являє собою якийсь підпроєкт, в ході якого завдання реалізуються за фіксованими ітераціями. Але суть залишається одна – проєкт розбитий на етапи, які виконуються в строго певній послідовності.

Завдяки тому, що класичний проєктний менеджмент строго прив'язаний до часу виконання завдань, як правило, заздалегідь визначеному на етапі

планування, для реалізації проєктів в рамках даного підходу відмінно підходять інструменти календарно-сітьового планування.

Найпоширенішим інструментом календарно-сітьового планування є вже згадана раніше діаграма Ганта. Існує безліч інструментів для її побудови – від простих таблиць таких як Excel до професійних програмних пакетів таких як Microsoft Project і Primavera.

Сильні сторони класичного проєктного менеджменту

Перевагою даного підходу є те, що він вимагає від замовника і керівництва компанії визначити, що ж вони хочуть отримати, вже на першому етапі проєкту. Раннє включення привносить певну стабільність в роботу проєкту, а планування дозволяє впорядкувати реалізацію проєкту. Крім того, цей підхід має на увазі моніторинг показників і тестування, що абсолютно необхідно для реальних проєктів різного масштабу.

Потенційно, класичний підхід дозволяє уникнути стресів через наявність запасного часу на кожному етапі, закладеного на випадок будь-яких ускладнень і реалізації ризиків. Крім того, з правильно проведеним етапом планування, керівник проєктів завжди знає, якими ресурсами він володіє. Навіть якщо ця оцінка не завжди точна.

Слабкі сторони класичного проєктного менеджменту

Основна слабка сторона класичного проєктного менеджменту – нетолерантність до змін. Класичний підхід зараз застосовується при реалізації будівельних та інженерних проєктів, в яких зміст проєкту залишається практично незмінним протягом всього проєкту.

Управління проєктами – це наука, але наука не найточніша. У даній області немає непорушних основ і універсальних рішень. Якщо менеджеру проєкту вдасться знайти метод, який ідеально підходить для проєкту – можна вважати, що йому повезло, адже більшості менш щасливих керівників доводиться прикладати зусилля для створення і налаштування власних систем

управління проектами. Ці системи можуть бути складені з елементів існуючих систем або навіть створені абсолютно з нуля [6, с. 113].

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ДЛЯ МЕРЕЖІ КЕМПІВ НА ДНІСТРІ «БІЛИЙ БІЗОН»

2.1 Аналіз діяльності підприємства готельно-ресторанного комплексу

Підприємство «Білий бізон» - це один з проєктів туристичного клубу «Команда TURE». Даний клуб протягом 16-ти років бере участь в заходах зі спортивного туризму, та має 10-річний досвід надання туристичних послуг. Окрім кемпів «Білий Бізон» на Дністрі у селах Хмелева та Лука є база «Білий Слон» у селі Дземброня Івано-Франківської області. Компанія надає житло, харчування, спорядження, інформаційну підтримку (розроблені маршрути, картографічні дані тощо), забезпечує супроводом досвідчених інструкторів. У кемпах створені оптимальні умови для активного відпочинку з дітьми. На базі кемпів проходять зустрічі слінгоматусь, пленери, змагання, фестивалі й незабутні весілля на природі (Додаток А).

Сюди зручно приїхати власним авто і втілити свої мандрівні мрії разом з сім'єю та друзями.

Команда TURE пропонує якісний та безпечний відпочинок за відточеними багаторічною практикою програмами, однак відкрита до розгляду побажань замовників і готова внести корективи відповідно до вимог групи.

- сплави на Дністрі (Додаток Б)
- рафтинг на Чорному Черемоші та інших ріках України (Прут, Білий Черемош, Свіча)
- трекінг в Карпатах
- скітур/фрірайд в Карпатах
- спелеотури у печери Західної України: Млинки, Угринь, Кристалічну, Оптимістичну, Вертебу
- велотури

- обслуговування корпоративних заходів (екстрем-ігри, team building, квести в печерах, горах, страйбол)

Команда TURE створює робочі місця для тернополян, а також місцевих мешканців с. Дземброня і с. Лука (у сезон – до 20, у міжсезоння – до 10) (Додаток В).

Будучи туристами не лише за родом діяльності, а й за покликанням, Команда TURE регулярно виступає ініціатором, організатором та учасником спортивних заходів, категорійних піших, водних, лижних походів в Україні та за її межами, туристичних змагань з акцентом на залученні молоді та сімейних команд, а також консолідує спортивну туристичну спільноту Тернополя, підтримуючи інтернет-ресурс life.ture.ua.

У Тернополі уже кілька років поспіль діє «Школа каякінгу та сплаву», де усі охочі мають можливість щотижня тренуватись на каяках під наглядом інструктора команди TURE чи самостійно, а також повправлятись у дружніх поєдинках з канополо.

Безпеку та якість послуг Команди TURE гарантує використання виключно перевіреного на власному досвіді спорядження, попереднє тестування нових зразків, ретельне ставлення до складання маршрутів з врахуванням рівня складності та насичення цікавими об'єктами, виховання нового персоналу у Школі підготовки інструкторів та підтримання форми у вже досвідчених цілорічним залученням до участі у спортивних туристичних заходах.

Команда TURE робить значний внесок у розвиток активного туризму в Україні і тісно співпрацює з Українською Асоціацією Активного та Екологічного Туризму [21].

Підприємство «Білий Бізон» працює на ринку послуг з організації активного відпочинку в Дністровському каньйоні.

Основною цільовою аудиторією послуг є відпочиваючі з сім'ями та компанії, що організовують корпоративні виїзди.

Корпоративні тури потребують можливості розміщення великої кількості людей, послуги з організації харчування як на стаціонарному місці, так і можливості виїзного харчування (кейтерингу).

Для відпочиваючих з сім'ями обов'язковою вимогою є гарантія безпеки для них та їхніх близьких, можливості спільного та роздільного відпочинку з дітьми.

На сучасному етапі в Тернопільській області конкуренція в сфері надання подібних послуг є досить високою, окрім підприємства «Білий бізон на території області працюють такі компанії як: «Турклуб Тернопіль», «Оksamит-тур», «Файні мандри» та ще близько п'яти приватних підприємців. Через такий рівень конкуренції в сфері надання туристичних послуг надважливим є постійний розвиток та пошук нових ідей та ресурсів. Підприємство є одним з лідерів у даному сегменті. Перевагу над конкурентами дає наявність засобів розташування, адже більшість підприємств, що надають послуги організації активного відпочинку на цій території не мають бази для розташування (Додаток Г).

Окрім можливості з розташування клієнтів, стаціонарна база дає змогу розмістити складські та господарські приміщення для зберігання спорядження.

Собівартість аналогічних послуг у конкурентів зростає через необхідність вкладати кошти в транспортування спорядження для кожного окремого туру. Відсутність таких логістичних витрат дозволяє підприємству збільшити частку прибутку та зменшити собівартість послуги.

Найпопулярнішою пропозицією на ринку є організація 2-3 денних турів, що включають трансфер, розміщення, харчування, послуги гіда-інструктора та екскурсії. Ціна на дані послуги коливається від 2 до 4 тисяч гривень за особу, залежно від спектру послуг (Додаток Д) [20]. В середньому націнка складає 25-35% від собівартості, але оскільки дане підприємство працює лише в високий туристичний сезон (з травня по серпень) в інші місяці кемп «Білин Бізон» не функціонує. Працює лише частина персоналу, слідує за станом матеріально-

технічної бази підприємства, підтримує чистоту житлових та господарських приміщень, то відсоток чистого прибутку за рік складає 15-20%.

Протягом сезону основна частина прибутку припадає на вихідні дні, коли є великий наплив відпочиваючих. Найприбутковішим періодом є вихідні на початку травня та в кінці червня. В цей час проводиться велика кількість корпоративних виїздів, а також є багато туристів, що відпочивають з сім'ями.

На даному етапі підприємство програє боротьбу за корпоративні тури, оскільки не володіє достатньою кількістю спорядження для самостійної організації масових сплавів для великих компаній. Саме тому є необхідність в розширенні бази спорядження для організації корпоративного відпочинку на Дністрі.

Для того аби охопити частину ринку корпоративних турів пропонується розробити новий тур, що підійде для великих груп людей. Для організації таких турів необхідно закупити плавзасоби (катамарани) у кількості десяти штук та додаткове спорядження для їх комплектації: весла, рятувальні жилети, насоси та ремонтні набори. Враховуючи, що дане спорядження є надувним, то не займає багато місця під час складування, це дозволить не витратити кошти на будівництво нових приміщень, а використовувати наявні (Додаток Е).

Спорядження, що призначене для сплаву буде закуплене в підприємства «ORDANA», що є постійним партнером команди TURE та надає 15% знижки на свою продукцію (Додаток Ж). План закупівель наведено в таблиці (Табл. 2.1) [18].

Таблиця 2.1

План закупівлі спорядження

№	Товар	Кількість, шт	Роздрібна ціна, грн	Сума знижки, грн	Ціна зі знижкою, грн	Вартість, грн
1	Балони для катамарана	10	6200	930	5270	52700
2	Каркас катамарана	10	1800	270	1530	15300

3	Весло	80	924	138,6	785,4	62832
---	-------	----	-----	-------	-------	-------

Продовження таблиці 2.1

4	Жилет рятувальний	80	700	105	595	47600
5	Насос електричний	4	250	37,5	212,5	850
6	Насос Ручний	8	230	34,5	195,5	1564
					Загалом	180846

Дане спорядження буде використовуватись в високий сезон для організації відпочинку великих компаній, корпоративних турів та організації сплавів під час святкувань на базі (дні народження весілля, тощо). Розрахуємо прогнозовані доходи з розрахунку на один плавзасіб за умови замовлення найпопулярнішого туру на 3 дні (Табл. 2.2) [21].

Таблиця 2.2**Прогнозовані доходи**

Послуга	З одної особи, грн	З групи (8 осіб), грн
Проживання в будиночку в селі Лука (1 ніч)	240	1920
Проживання в будиночку у селі Хмелева (1 ніч)	180	1440
Харчування (7 прийомів)	700	5600
Сплав з інструктором	600	4800
Сауна після сплаву (2 години)		700
Трансфер Хмелева-Лука		420
Трансфер Тернопіль-Лука		1470
Трансфер Лука-Тернопіль		1470
Загалом		17820

Як бачимо з таблиці, за вихідні катамаран може принести прибуток 17820 гривень. З цієї суми близько 3000 гривень є чистим прибутком. Таким чином можна підрахувати, що для того, щоб окупити витрати на спорядження потрібно продати 6 турів для кожного з катамаранів. Отже необхідно провести корпоративні тури для 480-и осіб тривалістю 3 дні для того, щоб повністю

повернути гроші витрачені на спорядження. Пік корпоративних замовлень припадає на перші вихідні травня та останні вихідні червня, в інші дні клієнтами є переважно батьки з дітьми та невеликі компанії. В піковий час попит на корпоративний відпочинок значно перевищує пропозицію, тому на ці дні місця будуть гарантовано зайняті. У випадку, якщо в інші дні сезону послуга сплавів великою компанією не буде популярною, що є малоймовірним, для повернення інвестицій знадобиться 3 сезони. У випадку стабільного помірного попиту (1 сплав на одному катамарані на тиждень), вже до середини другого сезону вкладення повністю повернуться і почнуть приносити прибуток. Враховуючи, що за правильного користування та догляду термін використання даного спорядження становить від 7 до 15 років, то обидва варіанти є допустимими та забезпечать стабільний прибуток у майбутньому.

2.2 Суть та структура проєкту для мережі кемпів на Дністрі «Білий Бізон»

На сучасному етапі розвитку туризму та сфери гостинності лише якісно наданими послугами з розміщення та харчування вже нікого не здивуєш. Ці послуги стали не метою подорожей, а лише засобом досягнення комфорту під час них. Основною метою туристів у їхніх мандрівках стали нові враження та емоції.

Дністровський каньйон у цьому сенсі є справжньою знахідкою. Тут ви знайдете і повноводну річку з високими урвистими берегами, мальовничі замки і безліч чудес природи як водоспади та печери. Тому не дивно, що комплекс «Білий Бізон» розташувався саме на березі Дністра на початку каньйону.

Основною послугою багатьох туристичних операторів тут є сплави на каяках, каное, рафтах та катамаранах. Навколо цього побудована вся інфраструктура. Саме тому для того щоб збільшити кількість клієнтів необхідно пропонувати нові послуги та захоплювати нові групи клієнтів. Наразі підприємство спеціалізується на сімейному відпочинку з дітьми, пропонуючи сплави на малих суднах. Друга велика група клієнтів – це великі компанії, що організовують корпоративні тури для своїх працівників.

Саме на задоволення потреб корпоративних клієнтів і спрямований цей проєкт. Переважно подібні тури замовляють великі компанії, чи філії, що працюють в ІТ-сфері, бізнесі чи сфері послуг. Дані тури є відносно простими в організації, адже незважаючи на велику кількість туристів всі група проводить дозвілля за спільною програмою, яка наперед узгоджена з організаторами туру. Це дає змогу легко провести подібний захід за умови ретельної попередньої підготовки та планування.

Основною причиною незначної присутності досліджуваного підприємства в сфері організації корпоративних турів є відсутність в матеріально-технічній базі плавзасобів великої місткості. Тому прийняте рішення розробити проєкт закупівлі спорядження яке дасть змогу організувати сплав для 80-ти осіб одночасно.

Мета проєкту – укріплення позицій підприємства у сфері організації корпоративного відпочинку.

Завдання проєкту:

- Визначити потреби організаторів корпоративних турів;
- Проаналізувати рівень цін компаній постачальників для закупки потрібних ресурсів;
- Скласти детальний кошторис;
- Визначити ефективність даного проєкту;
- Закупити необхідні ресурси;
- Розробити канали продажу даного продукту;
- Сформувати кінцевий продукт.

Реалізація даного проєкту покладається на команду, що складається з керівника діяльності туристичних кемпів, завгоспа, керівника сектору ІТ та розвитку та менеджерів з туризму.

Визначити потреби організаторів корпоративних турів

Корпоративні клієнти переважно замовляють організацію відпочинку для своїх працівників з метою здруження команди, кращого знайомства та налагодження зв'язків між відділами, святкування успішних контрактів чи завершення проєктів компанії.

Вимогами, що потають перед організаторами є: можливість організації проживання, харчування та активного дозвілля для великої групи людей, а також можливість роботи по перерахунку.

Підприємство «Білий Бізон» має можливість одночасного розміщення великої кількості відпочиваючих у бунгало, хостелі, тіпі та наметах. Окрім цього є налагоджений механізм організації харчування для великої кількості людей, адже щороку на території кемпу проходять масові спортивні змагання, фестивалі, святкування весіль та інших подій.

Єдиним недоліком для організації подібних турів є недостатня кількість плавзасобів для організації одночасного сплаву для великих груп людей без досвіду. Наразі «Білий Бізон» пропонує можливість сплавлятися на дво та тримісних каное, сап-бордах та байдарках. Хоч кількість цих плавзасобів достатня для забезпечення одночасного перебування на воді близько 50 осіб, але не підходять для організації сплавів для клієнтів без досвіду сплаву, оскільки вимагають попереднього навчання та підготовки. Натомість для того щоб успішно сплавитись на катамаранах достатньо короткого інструктажу та одного досвідченого інструктора з розрахунку на сімох відпочиваючих (Додоток 3).

Виходячи з цього аналізу прийняте рішення розширити матеріально технічну базу, закупивши 10 катамаранів та додаткове спорядження для них.

Проаналізувати рівень цін компаній постачальників для закупки потрібних ресурсів

Враховуючи, що мережа Команда TURE вже давно працює в сфері організації активного відпочинку не лише на Дністрі, а й на Чорному Черемоші та є одним з лідерів ринку організації активного відпочинку в Україні є налагодженні зв'язки з виробниками та постачальниками даного спорядження. Одним з партнерів компанії є підприємство «ORDANA», що займається виготовленням та реалізацією одягу та спорядження для сплавів, водного спорту та активного відпочинку. Також наявна знижка 15% для Команди TURE, що робить закупівлю товарів у даного підприємства економічно найвигіднішим.

Скласти детальний кошторис

При складанні кошторису розраховується вартість закупівлі спорядження та витрати пов'язані з запуском нового продукту - корпоративних турів на Дністрі на базі мережі кемпів «Білий Бізон».

Визначити ефективність даного проєкту

Для того щоб визначити ефективність, а отже і доцільність реалізації даного проєкту розраховується прогнозований прибуток, що принесе компанії

даний проєкт у різних варіантах розвитку. Якщо чистий прибуток, що з'являється внаслідок запуску послуг, що пов'язані з цим проєктом в допустимі терміни повертає кошти вкладені в реалізацію, то проєкт є перспективним і є сенс розпочинати його реалізацію.

Закупити необхідні ресурси

Закупка та підготовка закуплених ресурсів до використання відбувається під керівництвом завгоспа підприємства. Визначається спосіб розміщення нового обладнання на складських приміщеннях підприємства та внесення його в списки інвентаризації.

Розробити канали продажу даного продукту

Оскільки наявність матеріально-технічної бази не гарантує прибутку необхідно розробити продукт та канали його продажу. Для цього потрібно проаналізувати наявні пропозиції на ринку та розробити власну, що буде пропонувати щось нове. Враховуючи, що підприємство володіє власними засобами розміщення, то його продукт є унікальним і привабливим для клієнтів. Поширення інформації про нову послугу здійснюється через прямі контакти, використовуючи клієнтську базу компанії, а також використовуючи рекламу в інтернеті на сайті компанії та сторінках у соціальних мережах.

Сформувати кінцевий продукт

Після проведення усіх попередніх операцій необхідно запустити нову послугу з початку туристичного сезону. Важливо з особливою ретельністю підійти до організації обслуговування у перший сезон, адже найкраща реклама – це позитивні відгуки клієнтів. Здобувши добру репутацію значно легше позиціонувати свої послуги на ринку.

Таблиця 2.3

Календарний план реалізації проєкту

<i>№</i>	<i>Процес</i>	<i>Термін виконання</i>	<i>Відповідальний</i>
1.	Аналіз ринку організації турів для корпоративних клієнтів	15.12.2020-15.01.2021	Керівник ІТ та розвитку
2.	Складання плану виходу підприємства на цей ринок	16.01-01.02.2021	Керівник діяльності туристичних кемпів
3.	Проаналізувати варіанти закупівлі	01.02-09.02.2021	Завгосп
4.	Складання кошторису проєкту	09.02-23.02.2021	Завгосп, керівник діяльності туристичних кемпів
5.	Розрахунок ефективності проєкту	23.02-1.03.2021	Керівник ІТ та розвитку, керівник діяльності туристичних кемпів
6.	Закупка необхідного спорядження, розміщення спорядження на складах підприємства	1.03-9.03.2021	Завгосп
7.	Просування та реклама нової послуги	Березень-серпень 2021	Керівник ІТ та розвитку
8.	Укладання договорів про надання послуг з клієнтами	Березень-серпень 2021	Менеджери з туризму
9.	Відкриття сезону	1.05.2021	Керівник діяльності туристичних кемпів
10.	Проведення турів	1.05-1.09.2021	Менеджери з туризму

Продовження таблиці 2.3

11.	Закриття сезону	1.09.2021	Керівник діяльності туристичних кемпів
12.	Консервація спорядження для зберігання	1.09-10.09.2021	Завгосп
13.	Зберігання спорядження, підтримання кемпу в дієздатному стані	10.09.2021-1.03.2022	Завгосп
14.	Підготовка до сезону	1.03-1.05	Керівник діяльності туристичних кемпів, завгосп, керівник ІТ та розвитку
15.	Відкриття сезону	1.05.2022	Керівник діяльності туристичних кемпів

2.3 Очікувані результати впровадження проєкту

У результаті впровадження проєкту підприємство «Білий Бізон» отримає змогу обслуговувати клієнтів, що хочуть організувати відпочинок для великої кількості людей, включивши в нього елемент сплаву. Для підприємства це принесе додатковий прибуток, адже замовлення на такий відпочинок є популярними серед великих корпорації для здруження відділів у неформальній атмосфері. За підрахунками кошти інвестовані у цей проєкт повернуться за 3 сезони у випадку малого попиту та вже до кінця першого сезону у випадку високого попиту.

У випадку якщо дана послуга набиратиме популярності у майбутньому є можливість ще більшого розширення бази плавзасобів, що потягне за собою ще й необхідність розширення номерного фонду збільшення штату працівників протягом сезону. Такий ріст однозначно піде на користь не лише самому

підприємству, але й регіону в цілому, адже підприємство надає робочі місця з високою заробітною платою для місцевих жителів.

Також ріст підприємства «Білий Бізон» невідворотно вплине на діяльність конкурентів, оскільки їм доведеться покращувати свої послуги для того щоб забезпечити потреби клієнта. Від цього клієнти лише виграють, адже конкуренція завжди приносить переваги саме для них.

Окрім цього збільшення присутності туристів на території Дністровського каньйону приверне більшу увагу до проблеми екологічного забруднення цієї території.

ВИСНОВКИ

Під час виконання курсової роботи було у першому розділі було проведено аналіз поняття «проект» та визначено основні типи проєктів. Також було проведене ознайомлення з етапами життєвого циклу проєкту. Під час ознайомлення з основами управління проєктами було визначено принципи та основні підходи до управління проєктами.

У другому розділі увага приділялась безпосередньо розробці проєкту на базі підприємства готельно-ресторанної справи. Базою для створення проєкту було обрано мережу кемпів на Дністрі «Білий Бізон» у селах Лука та Хмелева. Дане підприємство надає послуги розміщення, харчування та організації активного відпочинку та дозвілля.

Під час аналізу туристичного ринку регіону, де працює підприємство було розглянуто чотири конкурентні компанії та виявлено, що підприємство «Білий Бізон» програє боротьбу за замовлення з обслуговування великих туристичних груп. Оскільки ця частина клієнтів може принести значний прибуток було вирішено розробити тур, що привабить до комплексу таких клієнтів. Основною принадою даного регіону є Дністровський каньйон, а найпопулярнішою розвагою – сплави з елементами екскурсій та краєзнавства.

Щоб організовувати подібні сплави підприємству необхідно закупити плавзасоби, що призначені для обслуговування великих груп людей без досвіду у водних видах спорту.

Після визначення потреб клієнтів був сформований продукт, який задовольнятиме їх вимоги: триденний тур, що включає проживання в бунгало, харчування, сплав катамаранами з екскурсіями, відпочинок у сауні, а також трансфер в обидві сторони з Тернополя, чи інших міст. Ціна на такий продукт є конкурентоспроможною, оскільки підприємство вже має наявну матеріально технічну базу, що зменшує витрати на логістику та дозволяє обслуговувати клієнтів з мінімальним залученням інших організацій, що в свою чергу збільшує частину чистого прибутку від надання таких послуг.

Були проаналізовані можливі канали для закупівлі необхідного спорядження для реалізації проєкту. На основі цих даних був складений кошторис необхідних закупівель.

Оскільки ринок туристичних послуг є непостійним і попит може змінюватись було складено 3 можливих терміни окупності проєкту. Залежно від попиту та кількості замовлень точка беззбитковості буде досягнута на третій сезон від моменту втілення проєкту у найбільш песимістичному прогнозі, та уже в кінці першого сезону у випадку високого попиту на дану послугу. Враховуючи, що термін використання обладнання перевищує 10 років, то проєкт принесе у найгіршому випадку 300% від затрат на його реалізацію.

Після проведених обрахунків було зроблено висновок, що проєкт є доцільним для реалізації, а новий продукт є конкурентоспроможним та здатен принести прибуток підприємству.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бершадська І. І. Методи управління прибутком підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. Вип. 20. С. 181-188.
2. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проєктами: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2014. 231 с.
3. Бочко О. Ю. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери: навч. посіб. / О. Ю. Бочко, В. Ф. Проскура. Київ: Ліра-К, 2014. 218 с.
4. Горик-Чубатюк М. О. Сучасні моделі прийняття управлінських рішень. Вісник Одеського національного університету. Економіка. Одеса, 2017. Т. 22, Вип. 7 (60). С. 74-77.
5. Данилюк М. О. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 328 с
6. Завора Т. М. Систематизація підходів до оцінювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 10. С. 14-18.
7. Кобиляцький Л. С. Управління проєктами: навч. посіб. Київ : МАУП, 2012. 200с.
8. Козик В. В., Тимчишин І. Є. Практикум з управління проєктами: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 180 с.
9. Краус К. М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств : монографія. Київ, 2015. 226 с.
10. Кучеренко В.Р. Управління проєктами в підприємницьких структурах : [навчальний посібник] / Кучеренко В.Р., Кузнецов Е.А., Маркітан О.С. – Х. : Бурун Книга, 2010. – 272 с.
11. Лігоненко Л. А. Бізнес-модель стартап-проєкту: розроблення, тестування та прийняття. Вісник Одеського національного університету. Економіка. Одеса. 2017. Т.22, Вип. 8 (61). С. 80-86.

12. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика: підручник для студ. ВНЗ. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 470 с.
 13. Михалюк Н. І. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 620 с.
 14. Панченко М. О. Управління якістю: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 228 с.
 15. Петренко Н. О. Управління проєктами: навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 244 с.
 16. Старченко Г. В. Управління проєктами: теорія та практика : навч. посіб. / Г. В. Старченко. – Чернігів : видавець Брагинець О. В., 2018. – 306 с.
 17. Тянь Р. Б., Холод Б. І., Ткаченко В. А. Управління проєктами. Підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2013. 224 с.
- Електронні джерела:
18. [https://ordana.com/catalog/?type_shop\[\]=2&l=ua](https://ordana.com/catalog/?type_shop[]=2&l=ua)
 19. <https://www.facebook.com/commerce/products/3204095792952137>
 20. <https://www.tourclub.com.ua/uk/tours/rafting/dnister>
 21. <https://www.ture.ua/pages/camp-bily-bizon-general>

ДОДАТКИ

Додаток А

Кемп «Білий Бізон» у селі Лука



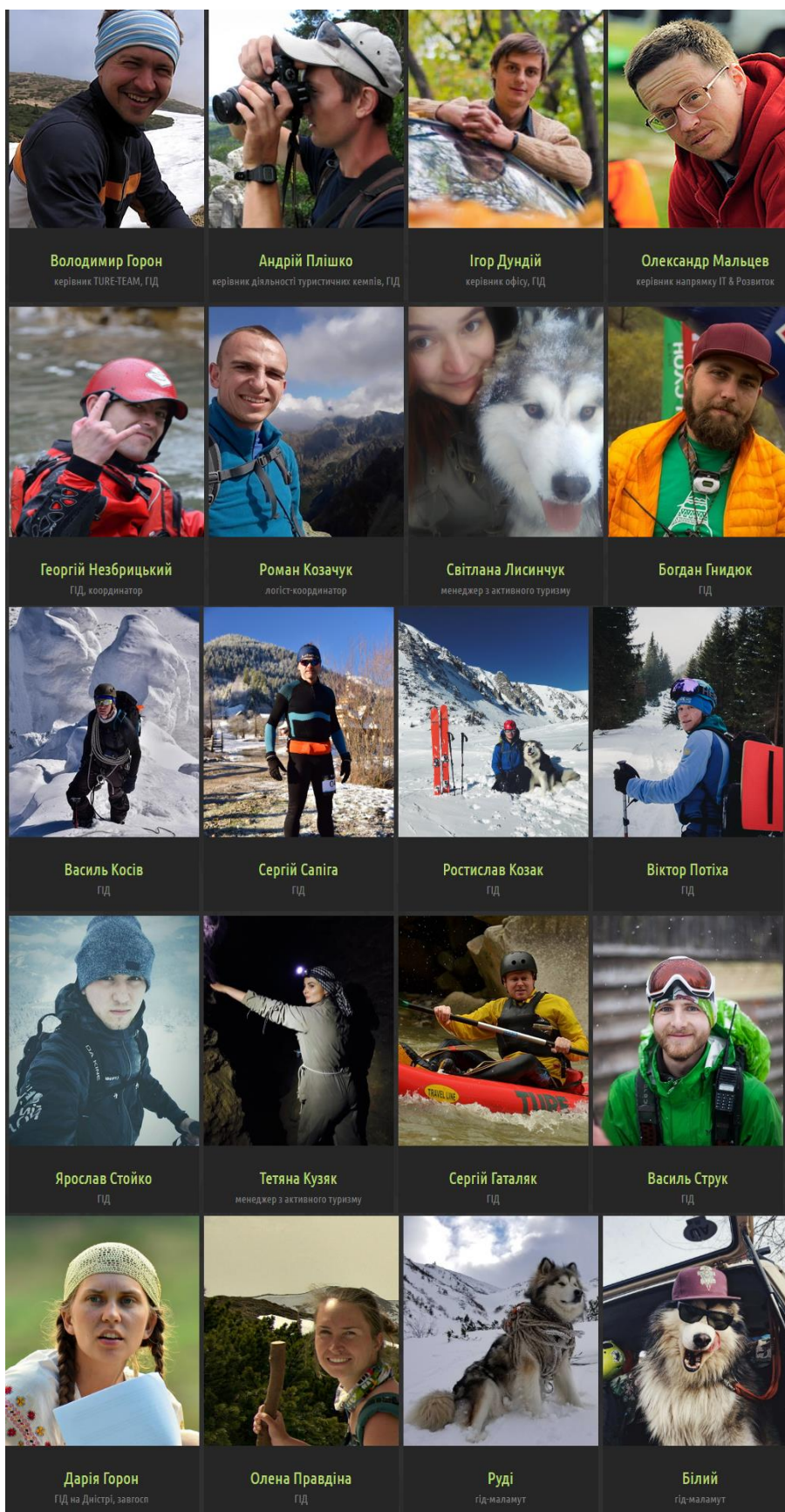
Додаток Б

Сплави на Дністрі



Додаток В

Команда TURE











Додаток Г

Засоби розміщення у кемпі «Білий Бізон»



Додаток Д

Тури, що пропонує «Білий Бізон»

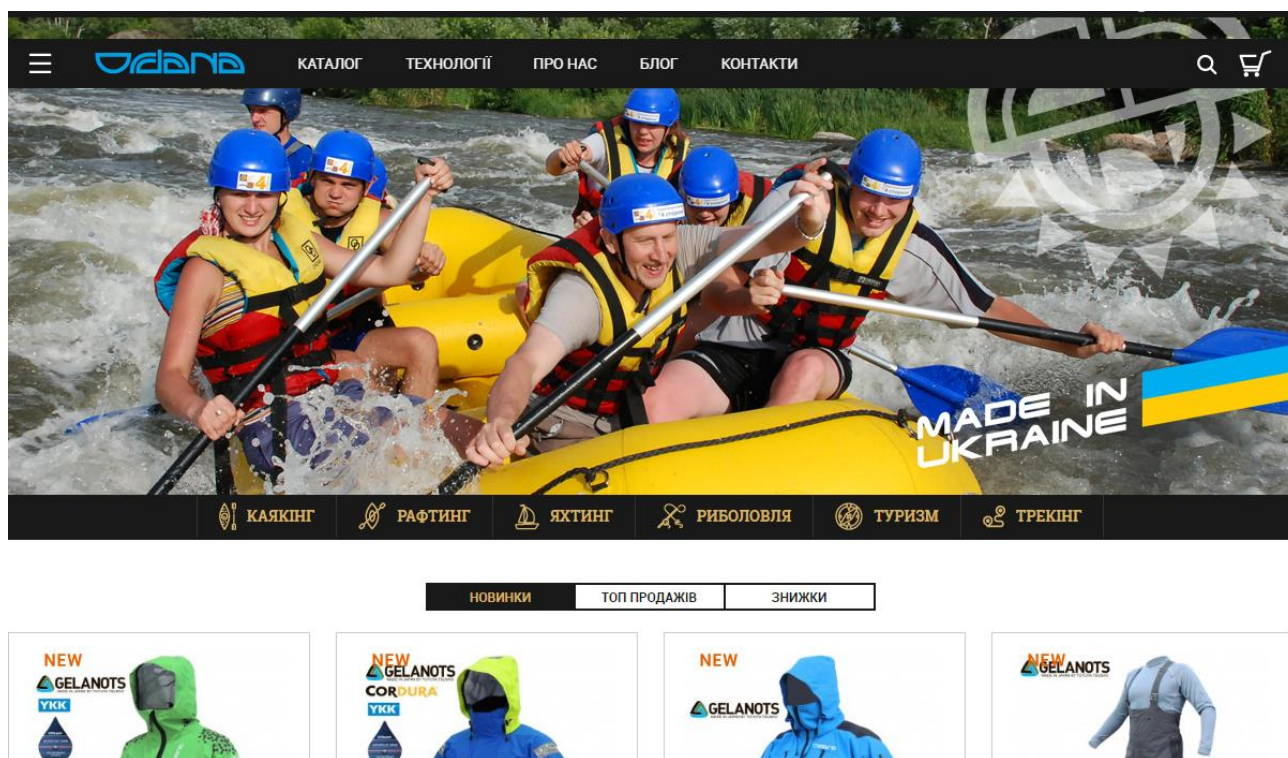
<p>сплав на каное, ночівля у тілі</p> <p>Теплий Дністер на вихідних (2)</p> <p>Тривалість: 2 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>1690.00 грн</p>	 <p>16-05-2020</p>	<p>сплав на каное Дністром, ночівля в тілі або бунгало</p> <p>Три дні на Дністрі (3)</p> <p>Тривалість: 3 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>2690.00 грн</p>	 <p>22-05-2020</p>
<p>Комфортне проживання, сплав Дністром на каное та каяках, екскурсії до печери</p> <p>Прогулянки на каное (3)</p> <p>Тривалість: 3 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>2690.00 грн</p>	 <p>22-05-2020</p>	<p>сплав на каное, ночівля у тілі</p> <p>Теплий Дністер на вихідних (2)</p> <p>Тривалість: 2 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>1690.00 грн</p>	 <p>23-05-2020</p>
<p>сплав на каное Дністром, ночівля в тілі або бунгало</p> <p>Три дні на Дністрі (3)</p> <p>Тривалість: 3 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>2690.00 грн</p>	 <p>29-05-2020</p>	<p>Комфортне проживання, сплав Дністром на каное та каяках, екскурсії до печери</p> <p>Прогулянки на каное (3)</p> <p>Тривалість: 3 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>2690.00 грн</p>	 <p>29-05-2020</p>
<p>сплав на каное, ночівля у тілі</p> <p>Теплий Дністер на вихідних (2)</p> <p>Тривалість: 2 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>1690.00 грн</p>	 <p>30-05-2020</p>	<p>сплав на каное Дністром, ночівля в тілі або бунгало</p> <p>Три дні на Дністрі (3)</p> <p>Тривалість: 3 дні Місце/Тип: Комфортний Дністер</p> <p>2690.00 грн</p>	 <p>06-06-2020</p>

Додаток Е

Сплав на катамаранах



Постачальник спорядження – «ORDANA»



Наявні плавзасоби кемпу «Білий Бізон»



