

Наукова робота на тему:
"ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ В
ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ"

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ.....	6
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КВЕСТУ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ.....	12
РОЗДІЛ 3. ОПИС ПРОЕКТУ РОЗРОБКИ КВЕСТУ "ЗНАЙДИ ЛЕВА".....	19
ВИСНОВКИ.....	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26
ДОДАТКИ.....	29

ВСТУП

Сучасне суспільство постіндустріального періоду базується на економіці знань і продукування нового знання формують новий тип господарювання, новий тип економіки, у якій туризм як поліфункціональне суспільне явище, спрямоване на саморозвиток особистості, посяде одне з чільних місць. Тому туризм повинен стати галуззю, побудованою на знаннях та інформації, що докорінно змінює діючі туристичні технології, саму сутність туристичної діяльності, посилюючи її вплив на інтелектуалізацію суспільства.

Сьогодні ці аспекти розвитку туризму є актуальними, адже дана сфера відіграє важливу роль у вирішенні багатьох соціальних та економічних проблем держави. В багатьох країнах світу саме за рахунок туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення економічного стану країни. За останні роки туристична галузь в Україні почала дуже стрімко розвиватись і стала масовим соціально-економічним явищем.

Сьогодні український туризм функціонує в умовах жорсткої світової конкуренції. Будучи важливою складовою економіки нашої держави як чинник, що не лише залучає до вироблення туристичного продукту більшість галузей вітчизняної економіки, а й стимулює їх розвиток, туристична сфера вимагає детальних досліджень аналізу нинішнього стану розвитку, запобігання можливим ризикам та загрозам та сучасних підходів до впровадження інноваційних туристичних послуг.

Внесок туризму у соціально-економічний розвиток, його значення для світової економіки, у тому числі, з урахуванням сучасних світових тенденцій відзначають у своїх дослідженнях багато вітчизняних учених, серед яких М. Бондаренко, О. Вуйцик, Н. Гостєва, М. Рега, В. Смаль, І. Смаль, В. Суходуб та інші. Основні проблеми, умови та чинники розвитку туризму розглядаються у працях багатьох вітчизняних науковців, таких як: А. Мельник, І. Темник, С. Цьохла та інші.

Однак, ще багато аспектів функціонування туризму потребують додаткової уваги, особливо з питань комплексного аналізу впливу туристичної сфери на конкурентні позиції України та її місце у міжнародних відносинах. В умовах нестабільності зовнішнього середовища розвиток туристичної сфери у контексті сталого розвитку та економіки знань полягає у формуванні та поширенні нових знань для досягнення цілей діяльності суб'єктів господарювання та підвищення рівня сервісу на ринку туристичних послуг.

Актуальність дослідження полягає в тому, що реалізація інноваційних проектів дозволить здійснити комплексний підхід до забезпечення ефективного використання переваг і можливостей вітчизняної туристичної сфери, обумовлених природно-кліматичними умовами, національними традиціями та історичними особливостями, з урахуванням вимог сталого розвитку щодо захисту довкілля та збереження і збагачення історико-культурної спадщини. Проблематикою управління проектами займалися такі відомі зарубіжні вчені як Г. Дитхелм, В.Д. Шапіро, А.С. Товб, Г.Л. Ципес, М.Л. Разу та інші. До відомих вітчизняних науковців, які займаються проблемою управління проектами відносяться С. Д. Бушуєв, Н.В. Бушуєва, К.В.Кошкін, В.А. Рач, О.В.Россошанська, В.В. Малий, В.Д. Гогунский, П.А.Тесленко, Л.А. Пономаренко, Л.В. Ноздріна та інші.

Але варто зазначити, що загалом в вище наведених працях недостатньо висвітлені проблеми управління інноваційними туристичними проектами як окремим видом проектів.

Метою дослідження є обґрунтування підходів до управління інноваційними туристичними проектами.

З поставленої мети випливають такі **завдання**:

- ознайомитись з теоретичними засадами розвитку туристичної галузі економіки як зовнішнього середовища реалізації проектів;
- проаналізувати ринок туристичних послуг;
- визначити місце проектів квестів в загальній системі класифікації туристичних проектів;

- запропонувати підходи до управління інноваційними туристичними проектами, продуктом яких є квести;
- реалізувати проект розробки квесту:
 1. описати проект;
 2. розробити квест;
 3. створити сайт квесту.
- розробити пропозиції по управлінню ризиками та якістю інноваційних туристичних проектів квестів.

Об'єкт дослідження – управління інноваційними туристичними проектами.

Предмет дослідження – методи і засоби управління інноваційними туристичними проектами .

Наукова новизна:

Вперше: 1) розроблено квест "Знайди лева"; 2) створено сайт квесту.

Удосконалено. Класифікацію туристичних проектів.

Набули подальшого розвитку: підходи до управління інноваційними туристичними проектами.

Методи дослідження: методи синтезу, аналізу, порівняння, узагальнення, класифікації; методи проектного менеджменту, методи управління ІТ-проектами, методи проектування і програмування Веб-сайтів.

Апробація. Результати дослідження представлені на Відкритому конкурсі проектів, який відбувся у Львівському державному університеті безпеки життєдіяльності 1 листопада 2018 р., де автори зайняли перше місце. Тези "Проектні підходи до розробки квесту «Знайди лева»" за результатами дослідження надруковано в матеріалах 3-ї міжнародної науково-практичної конференції Project, Program, Portfolio р3management (м. Одеса), яка відбулася 7-9 грудня 2018 р.

Практичне значення. Отримані результати можуть будуть використані в практиці управління іншими інноваційними проектами туристичної сфери.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних та екологічних проблем згідно із парадигмою сталого розвитку туризму. Вперше цю проблему у 1975 р. порушив швейцарський вчений Й. Криппендорф у книзі «Пожирачі ландшафту», а вже на початку 90-х років з'явилася концепція сталого розвитку «sustainable development», як відповідь прогресивної частини людства на зростаюче споживання природних ресурсів та загострення глобальних екологічних проблем. А стосовно туризму: вже з середини 1990-х років поширилось трактування туризму на засадах «sustainable tourism», спрямовуючи розвиток туризму до стабільності туристичного процесу, підтримуючи його у зрівноваженому стані не у збиток прийдешнім поколінням [1]. Зазначене відповідає загальній парадигмі «sustainable development» розвитку економіки країни, складовою частиною якої є туристична галузь. Відтак всі інновації в сфері туризму слід розглядати через призму сталого розвитку.

Розвиток сфери туризму безпосередньо впливає на соціальне, культурне й економічне життя держави. До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричиняє збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій.

Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікація економіки, яка полягає в утворенні галузей, що обслуговують індустрію

туризму, таким чином туризм забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації. Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він: 1) збільшує місцеві доходи; 2) створює нові робочі місця; 3) розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг; 4) розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру у туристичних центрах; 5) активізує діяльність народних промислів і культури та сприяє їх розвитку; 6) забезпечує зростання рівня життя місцевого населення; 7) збільшує валютні надходження.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що цей сектор економіки повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу і у відповідності з парадигмою сталого розвитку.

За даними Світової ради з туризму та подорожей, внесок туризму у світовий ВВП становить майже 11%, забезпечуючи зайнятість понад 10% усієї робочої сили й інвестицій і майже стільки ж податкових надходжень [2, 3]. Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4%. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі. Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня [2, 4].

Сфера туризму охоплює багато галузей економіки (майже 50 суміжних галузей). У 2017 році Україну відвідало більш ніж 13,3 млн. іноземних громадян, з них службові, ділові та дипломатичні поїздки здійснили – 33,3 тис. чол., туристичні – 172,8 тис. чол., у приватних справах приїхало – 13,0 млн. чол., з навчальною метою – 2,1 тис. чол., у зв'язку з працевлаштуванням – 26 осіб, іммігрували – 3,1 тис. чол., культурний та спортивний обмін здійснило 168 тис. чол. [2].

Окрім того, важливою складовою туристичного потенціалу в Україні є історико-культурна спадщина, вона нараховує майже 78 тис. пам'яток археології, 15 тис. пам'яток історії, 373 тис. пам'яток архітектури та 80 тис. пам'ятників монументального мистецтва, монастирські ансамблі, садово-паркові архітектурні ансамблі. Все це необхідно враховувати при заохоченні іноземних туристів [2].

Однак, незважаючи на ці великі цифри, впродовж останніх 10 років розвиток сфери туризму в Україні характеризувався більш негативною динамікою ніж позитивною. Так, у порівнянні із 2007 р. кількість іноземних відвідувачів знизилась на 42,3%, кількість іноземних туристів – на 90,6 %, а кількість внутрішніх туристів – на 79,0%. Якщо співставити ці цифри із кількістю виїзних туристів, то можна помітити ще одну негативну тенденцію, адже за останні 10 років їх число зросло більш ніж в 6 р., вказуючи на те, що наші громадяни надають перевагу іноземним курортам. Це пов'язано, перш за все, з умовами політичної кризи, економічної нестабільності та тривалої антитерористичної операції [2]. За даними Світової туристичної організації UNWTO частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 0,9% в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності [5].

Сьогодні в рамках розвитку галузі туризму в Україні також було прийнято Закон «Про туризм» [6] і стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. [7], де зазначається, що єдиним шляхом розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів є визначення туризму одним з

основних пріоритетів держави за допомогою впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Туризм в сучасній економіці, який за останні роки в Україні почав дуже стрімко розвиватись, орієнтований на ефективне задоволення споживчого попиту за рахунок розвитку необхідних сервісних послуг і орієнтацію їх на споживачів. [8]. Туристичні послуги не існують самостійно і незалежно, не можуть зберігатися і транспортуватися, вони реалізуються під час створення на місці виробництва. Тому передумовою споживання туристичної послуги є переміщення споживача (туриста) на місце реалізації послуги. Попит на туристичні послуги є несталим у часі й просторі. Туризм і туристична індустрія дуже чутливі стосовно зовнішніх факторів. Туризм залежно від послуг, що надаються, і категорій населення, які обслуговуються, поділяється на "внутрішній", "міжнародний" "рекреаційний", "релігійний", "пригодницький", "екскурсійний", "діловий" тощо.

Економічна значущість туризму, його фінансові результати впливають на місцеві бюджети і бюджет країни (регіону). Причому туризм може сприяти як припливу додаткових засобів, так і їх відпливу з бюджету країни (регіону). За цією ознакою виокремлюють два види туризму: активний і пасивний. Приїзд іноземних громадян у країну є активним туризмом, що викликає приплив (ввезення) коштів у цю країну (регіон). Подорож громадян однієї країни (регіону) в інші держави (регіони) і відповідно відплив (вивезення) коштів з країни – ознаки пасивного туризму. Ураховуючи можливі економічні наслідки, багато країн докладають значних зусиль для кращого розвитку в'їзного та внутрішнього туризму за допомогою збільшення привабливості місць із значним туристичним потенціалом.

Зокрема важливим туристичним центром України є Львів. Він представлений у таких престижних рейтингах як: один з провідних культурних центрів Східної Європи; місто з високим рівнем інфраструктури, сервісу та безпеки та місто з подіями світового рівня. Британське видання "The Telegraph"

віднесло Львів на 5-ту позицію у рейтингу 12 міст світу, які обов'язково варто відвідати у 2018 році. Британська газета "The Independent" назвала Львів ідеальним місцем для проведення зимового відпочинку [9]. Також у іншому рейтингу Львів опинився на 2-му місці серед 26-ти європейських міст, де можна комфортно прожити місяць за менше ніж 600 фунтів стерлінгів (у Львові - 405,51 фунт стерлінгів/458,56 євро). За версією американського видання "Business Insider" Львів посів перше місце серед найдешевших туристичних міст світу у 2017 році (під час дослідження порівнювались вартість проживання у готелі, проїзд на таксі, а також харчування на двох) [9].

Основною місією міста у сфері туризму є реалізація потенціалу Львова як провідного східноєвропейського туристичного центру шляхом об'єднання зусиль учасників туристичного кластеру в рамках цільової стратегії розвитку міста; вдосконалення туристичного продукту та загальної інфраструктури для задоволення цільових туристичних ринків та сегментів.

Позитивним актором у розвитку туризму є географічне положення Львівської області, оскільки по її території пролягають міжнародні комунікації, які з'єднують Україну з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією. Крім того Львів приваблює туристів і гостей неповторним поєднанням місцевого колориту та ділової активності, сучасних будівель та архітектурних пам'яток. Маркетинг міста проводиться як на основних ринках 2017 р.: I пріоритет) Україна, Польща, Німеччина, Австрія, США, Канада; II пріоритет) Білорусь, Великобританія, Прибалтика, Ізраїль; так і на нових ринках Китаю і Франції.

В табл. 1.1 наведено статистику туризму в м. Львові за 2017 р. для 9 країн світу.

Перехід на кожний наступний етап розвитку світового туризму здійснюється під впливом розвитку Інтернету та інноваційних та мобільних технологій, що зумовило появу широкого спектру інноваційних туристичних послуг. Зокрема у Львові у 2017 р. було запропоновано «Розумний» маршрут по місту, який включав 15 локацій – самостійна екскурсія містом протяжністю 3,5 км за допомогою смартфона. Дана екскурсія була запропонована українською,

англійською, німецькою та польською мовами та за три місяці набрала понад 20 тисяч користувачів [11].

Таблиця 1.1

(розроблено авторами за [10])

Туристи у Львові (статистика)

Країна	Динаміка приросту туристів (у%)	Частка ринку (у%)	Середній час перебування (в днях)	Середні витрати туриста за день (в євро)
Україна	-13	41	3,9	35
Польща	+47	22	3,6	75
Німеччина	+15	3,6	5,5	83
США	+3	2	9	131
Великобританія	+25	1,5	4,2	112
Китай	+57	0,5	3,2	117
Франція	+4	1	4,4	56
Білорусь	+120	7,9	2,9	30
Туреччина	+76	7,3	5,2	111
Литва	+277	1,6	4	75

До інноваційних туристичних послуг також можна віднести квести. Автори концепції веб-квестів Т. Марч та Б. Додж визначають квести як “орієнтовну діяльність, де практично вся інформація береться з мережі Інтернет” [12]. При створенні квестів використовуються певні технології. характеристики яких наведено в табл. 1.2. Крім того, існує класифікація квестів за різноманітними системними та інструментально значущими ознаками [13]:

1. За формою проведення: 1) комп’ютерні ігри-квести – один з основних жанрів комп’ютерних ігор, що являє собою інтерактивну історію з головним героєм; при цьому найважливішими елементами гри є сюжет і обстеження світу, а ключову роль в ігровому процесі відіграють рішення головоломок і завдань, що потребує від гравця розумових зусиль; 2) веб-квести – спрямовані на пошук і аналіз веб-ресурсів, створення веб-продукту (сайт, блог тощо); 3) QR-квести – спрямовані на використання QR-кодів; 4) медіа квести – спрямовані на пошук і аналіз медіа ресурсів, наприклад, фото-, відео вести; 5) квести на природі (на вулиці, в парках тощо); 6) комбіновані.

Таблиця 1.2 [13]

Класифікація квест-технологій

Критерій	Орієнтація технології
За рівнем застосування	Предметна
За науковою концепцією засвоєння досвіду	Розвивальна (ґрунтується на теорії розвитку здібностей)
За ставленням до користувача	Особистісно орієнтована
За орієнтацією на особистісні структури	Залежно від типу, цілей та завдань квесту: інформаційна; операційна; – емоційно-художня й емоційно-моральна; технологія саморозвитку; – евристична; прикладна
За типом організації та управління пізнавальною діяльністю	Ігрова технологія

2. За режимом проведення: реальні, віртуальні і комбіновані.

3. За терміном реалізації квести можуть бути: короткострокові, на 1-3 заняття (їх мета – поглиблення знань та їх інтеграція); довгострокові (їх мета – поглиблення і перетворення знань, розраховані на тривалий термін).

4. За формою роботи: групові та індивідуальні.

На нашу думку, в туризмі можна використовувати веб-, QR- і медіа вести, а також квести на природі у вигляді інноваційних туристичних послуг в віртуальному або комбінованому режимі, які б дозволили популяризувати певну місцевість в цікавій ігровій формі з використанням сучасних гаджетів, що є особливо привабливим для молоді. Термін реалізації повинен бути короткостроковим, бо візити туристів і є, зазвичай, недовгими, а форма роботи може бути як індивідуальна, так і групова.

РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КВЕСТУ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ

Емпіричні факти показують, що суб'єкти господарювання в ринкових умовах досягають значно кращих результатів через проектний підхід (управління змінами за допомогою проектів із застосуванням моделей, методів, засобів і механізмів удосконалення структури і процесів управління) ніж через

інші підходи, що стає їх конкурентною перевагою [14-15]. У літературі різноманітність визначень поняття "проект" (з лат. «projectum», закинутий уперед) пояснюється передусім різними методологічними підходами (табл.2.1).

Сучасне тлумачення проекту включає всі види діяльності, а найважливішими його складовими є чітка орієнтація на результативність заходів (рис. 2.1) [14].

Виходячи з вище наведеного, є підстави стверджувати, що результат виконання проекту, зазвичай, залежить лише від співвідношення обмежень (час, вартість, якість), в межах яких плануються або ж приймаються управлінські рішення (рис.2.1).

Таблиця 2.111 [16]

Узагальнення сутнісних характеристик поняття «проект»

Джерела / автори	Визначення поняття «проект»
Стандарт ISO 9000:2000	Процес досягнення встановленої мети або цілі в межах особливого та визначеного комплексу умов.
Стандарт ISO/TR 10006: 1997	Унікальний процес, що складає набір взаємопов'язаних і контрольованих робіт із встановленими датами початку та завершення, що виконується для досягнення цілей та завдань у відповідності до визначених вимог із врахуванням часових, матеріальних та ресурсних обмежень.
Британський стандарт BS6079-1:2000	Унікальна сукупність скоординованих дій (робіт) з певним початком та закінченням, що здійснюються певною особою або організацією для досягнення мети згідно заздалегідь визначених термінів, витрат та параметрів виконання.
Товб А., Ципес Г.	Особлива форма здійснення цілеспрямованих змін, яка передбачає що ці зміни повинні бути реалізовані в рамках певних обмежень за строками, вартістю та характеристиками очікуваних результатів.
Мартін П., Тейт К.	Тимчасовий процес, що має початок та кінець, і результат якого є унікальним.
Мазур І., Шапіро В., Ольдерогге Н.	Цілеспрямоване, заздалегідь розроблене та заплановане створення або модернізація фізичних об'єктів, технологічних процесів, технічної та організаційної документації, матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, управлінських рішень і заходів з їх виконання.
Німецький стандарт DIN	Свідома діяльність чи наміри, котра більшою мірою характеризується унікальністю умов в цілому (наприклад, поставленими цілями, часовими, фінансовими, людськими та іншими обмеженнями); проект має специфічну форму організації процесу його реалізації.
Австралійський інститут з управління проектами	Унікальна сукупність взаємопов'язаних дій (робіт) з визначеними датами початку та закінчення, необхідними для успішного досягнення загальної мети.
Американський інститут з управління проектами.	Тимчасове зусилля або діяльність що здійснюється для створення виняткового продукту чи послуги.
Дункан В.	Завдання з визначеними вихідними даними та необхідними результатами (цілями), що обумовлюють спосіб його рішення

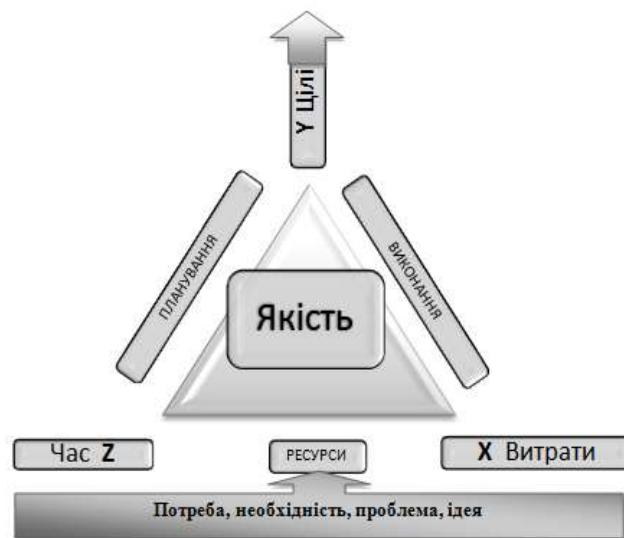


Рис.2.1. Проектна тріада (основні обмеження на проект) [16]

Управління проектами (проектне управління, проектно-орієнтоване управління) можна ідентифікувати як окрему область знань з планування, організації та управління ресурсами з метою успішного досягнення цілей та завершення завдань проекту, одночасно із виконанням зобов'язань щодо наперед визначених обмежень проекту за часом, бюджетом, якістю. Проекти класифікуються за низкою ознак: масштабність, тривалість, складність, тип, вид (характер предметної галузі проекту) тощо/ Зокрема за ознакою "вид" проекти поділяються на інвестиційні, інноваційні, дослідження і розвитку, освітні та наукові, ІТ, та комбіновані [14].. Сюди також можна віднести і туристичні проекти, предметною областю реалізації яких є туризм.

Особливості туристичних проектів доцільно розглядати за допомогою їх класифікації згідно "сталого туризму" (концепції сталого розвитку цього сектору економіки), що зумовлює місце нації у сучасному глобальному світі. [21].

Класифікацію подано на рис. 2.2, де проекти квестів, на нашу думку, повинні бути виділені в окрему групу, оскільки можуть об'єднувати різні види проектів із зазначених категорій. Наприклад, квест, який ми будемо розробляти буде і культурно- (занурення в культуру, знайомство з історією та архітектурою) і діяльнісно- (геймінг), і природо-орієнтованим (пригоди і

діяльність на відкритому повітрі). Окрім того, проекти туристичних квестів також поділяються за формою, режимом проведення, а також формою роботи.

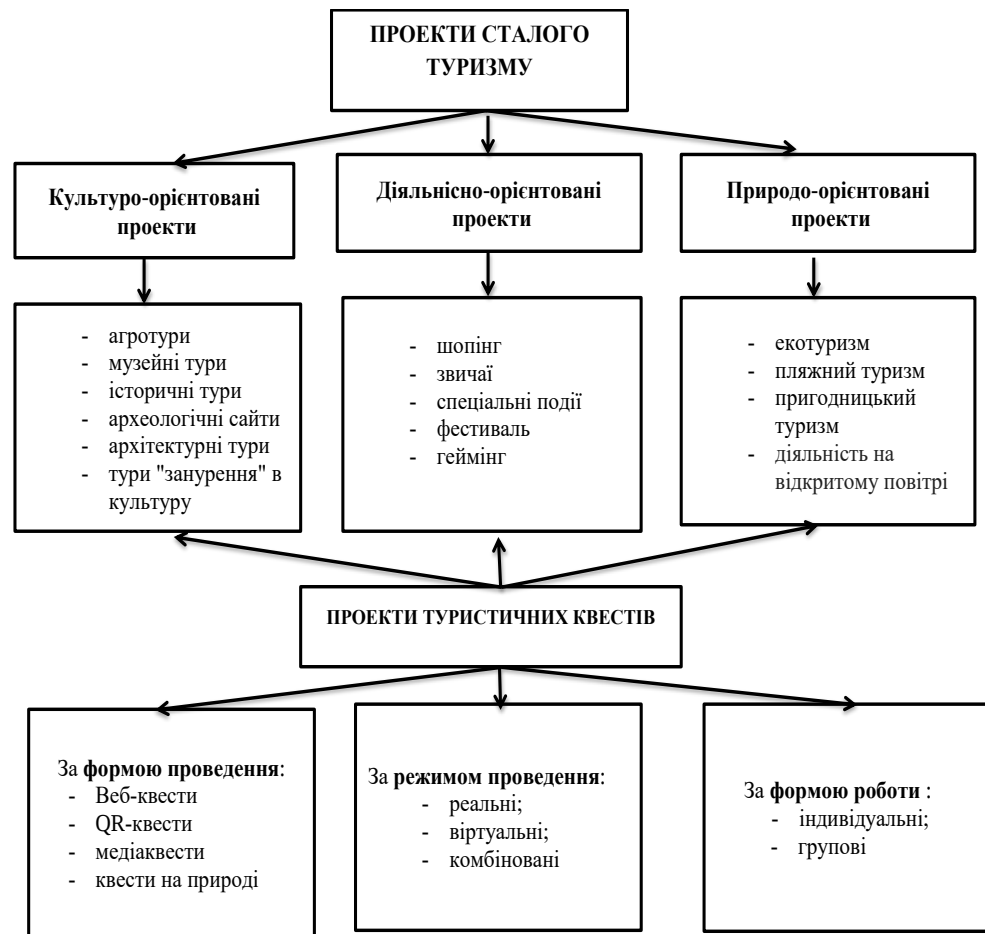


Рис. 2.2. Класифікація проектів сталого туризму (авторська розробка)

Для реалізації нашого проекту в якості його продукту було обрано індивідуальний реальний Веб-квест, тобто йдеться про Веб-сайт, на якому буде розміщено квест. Відтак такий проект є і IT-проектом.

В Законі України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» [22] під проектом інформатизації розуміється комплекс взаємопов'язаних заходів, як правило, інвестиційного характеру, що узгоджені за часом, використанням певних матеріально-технічних, інформаційних, людських, фінансових та інших ресурсів і мають на меті створення заздалегідь визначених інформаційних і телекомунікаційних систем, засобів інформатизації та інформаційних ресурсів, які відповідають певним технічним умовам і показникам якості.

Доцільно класифікувати ІТ-проекти загально не тільки за типовими ознаками, такими як: величина, складність, тривалість, а й за специфічними ознаками, поданими на рис. 2.3. Як видно з рисунку запропонований нами проект туристичного Веб-квесту буде за: 1) технологією – проектом Інтернет-технологій;; 2) видом продукту – Веб-ресурс, класом продукту – Інтернет-портал; 3) діяльністю – розробка. З усього вище наведеного випливає, що проект розробки Веб-квесту є комбінованим: і туристичним, і ІТ одночасно.

Управління проектом розробки Веб-квесту передбачає залучення до цього процесу всіх областей знань проектного менеджменту, таких як: управління часом, управління вартістю, управління ризиками, управління якістю тощо.

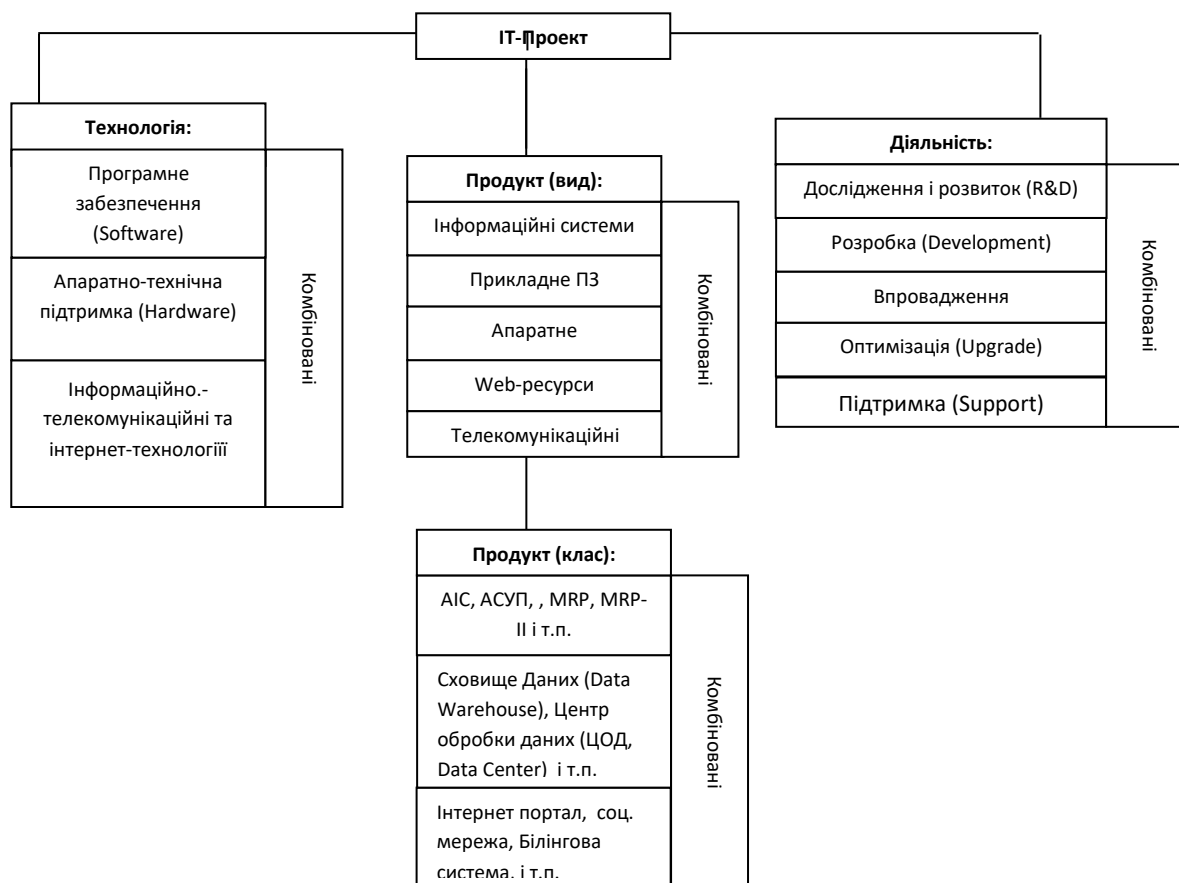


Рис 2.3. Класифікація ІТ-проектів за технологіями, продуктами та напрямками діяльності [16]

Зокрема управління проектними ризиками включає процеси: 1) планування управління ризиками, їх ідентифікації, аналізу, реакції на ризики; 2) моніторингу і контролю ризиків під час виконання проекту. Визначення ризиків починається з аналізу проекту з метою ідентифікації причин їхньої появи (Risk Identification) [14]. Для збереження ідей, які виникли в процесі ідентифікації ризиків, варто використовувати метод ментальних карт (MindMap), який останніми роками набув широкого розповсюдження.

В основі ментальних карт, вперше розроблених відомим англійським психологом Т. Бузаном, лежить припущення, що для людського мозку природним є: асоціативне, ієрархічне і візуальне мислення [23]. Для створення карти ідей по ризиках проекту були виконані такі дії: 1) ідентифіковані можливі ризики проекту методом мозкового штурму на основі емпіричного досвіду і огляду літератури з даної тематики [14-20]; 2) структуровані ризики за такими критеріями: цілі проекту, продукт проекту, розклад проекту, споживачі проекту, команда проекту; 3) деталізована кожна з груп ризиків.

Результатом стала ментальна карта ризиків проекту (рис.2.4), яка була розроблена в програмі Visual Mind, яка буде полягати в недостатній якості/ефективності чи функціональності кожного елемента поданого на кожній гілці карти.



Рис. 2.4. Ментальна карта ризиків проекту (авторська розробка)

Управління якістю проекту ґрунтується на участі всіх членів проектно́ї команди. Якість – це фундамент проекту, яка забезпечує довгострокову успішність проекту. Проте для більшості проектів, які проводяться в нашій країні, актуальним є лише управління якістю продукту проекту, бо вкладення в якість управління проектом за світовою практикою доцільне лише тоді, коли бюджет проекту перевищує 10 млн. дол. [14].

Якщо продукт є Веб-квестом, як в нашому проекті, то запорукою його якості є такі аспекти: 1) якість контенту (якість самого квесту і якість підказок повинен бути достатньо зрозумілим і не дуже заплутаним; 2) якість Веб-сайту квесту (його функціональність, надійність, привабливість для користувача тощо). Для дотримання якості продукту проекту були розроблені кількісні і якісні індикатори успішності завдань проекту, які будуть представлені в 3-му розділі.

Для управління вартістю було розроблено бюджет проекту за методом аналогій і з врахуванням обмеженості грошових ресурсів і наявності технічного забезпечення (комп'ютерів) і сертифікованого програмного забезпечення у команди проекту.

Методами створення календарного графіку реалізації проекту були класичні методи CPM і PERT, а діаграма Ганта, таблиці ресурсів тощо розроблялися засобами MS PROJECT і будуть подані в 3-му розділі.

Засобами реалізації проекту розробки Веб-квесту на стадії проектування, розробки та тестування були:

1. мови розміток HTML та CSS для розробки фронтальної частини сайту (ці стандарти були розроблені окремо один від одного, але рекомендується веб-розробникам до використання разом, як частину сучасного веб-дизайну) [24]:
2. Bootstrap — це безкоштовний набір інструментів з відкритим кодом, призначений для створення веб-сайтів та веб-додатків, який містить шаблони CSS та HTML для типографіки, форм, кнопок, навігації та інших компонентів інтерфейсу, а також додаткові розширення JavaScript.

Він спрощує розробку динамічних веб-сайтів і веб-додатків [25].

3. Sass (англ. Syntactically Awesome Stylesheets) — скриптова метамова, яка інтерпретується в каскадні таблиці стилів (CSS), яка призначена для підвищення рівня абстракції коду та спрощення файлів CSS. Sass надає механізми доступні в об'єктно-орієнтованих мовах програмування, але недоступних для CSS [26].

Використовуючи всі вище описані методи проектного менеджменту за допомогою сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій, інструментів та мов програмування нами було реалізовано проект розробки квесту "Знайди лева".

В натурному розділі буде подано деталізований опис проекту.

РОЗДІЛ 3. ОПИС ПРОЕКТУ РОЗРОБКИ КВЕСТУ "ЗНАЙДИ ЛЕВА"

В стратегічному плані розвитку Львова зазначені дві пріоритетні сфери: туризм та ІТ. Минулого року Львів відвідало 2,5 млн туристів і їх кількість щорічно зростає. Тому необхідно реалізовувати нові ідеї, які були б цікаві гостям нашого міста, оскільки це дозволить поповнювати місцевий бюджет. Однією із таких ідей є запропонований нами квест «Знайди лева».

У Львові є чимало організацій, що проводять квести по місту та екскурсії, але все ж велика кількість архітектурних пам'яток залишається поза увагою не лише туристів, а й місцевих жителів. Оскільки зараз набуває популярності такий вид розваги як квест, то на нашу думку знайомство з пам'ятками Львова можна було б спробувати у вигляді такої гри.

Як відомо, Львів названо на честь сина короля Данила – Лева, велика кількість пам'яток містить скульптурне зображення левів і барельєфів на будинках та порталах міста. У місті налічується чотири з половиною тисячі левів. Відтак ідея розробки квесту «Знайди лева» є актуальною, а також цікавою і корисною як для гостей, так і для мешканців Львова.

Отже, **метою проекту** є забезпечити львів'ян і гостей міста інноваційною туристичною послугою, яка дозволить ознайомитись з культурною спадщиною Львова.

Наше дослідження полягало у застосуванні проектних підходів до визначення завдань, цільової аудиторії, методів реалізації проекту, його бюджету та джерел фінансування.

Основними **завданнями** є: 1) запропонувати нову туристичну послугу для гостей і мешканців Львова (квест «Знайти лева»); 2) розробити квест; 3) розробити веб-сайт квесту; 4) провести рекламні заходи; 4) підвищити інформованість гостей і мешканців Львова про культурну спадщину міста; 5) збільшити потік відвідувачів мережі ресторанів “Fest” як спонсорів проекту.

Для того, щоб розпланувати усі роботи, розрахувати витрати, час реалізації, необхідні ресурси, а також керувати та управляти проектом ми скористалися засобами Project.

Для того, щоб спланувати усі роботи, які передбачаються у процесі втілення проекту, ми створили **таблицю організаційних робіт**. Усі поставлені завдання розбиваються на чотири послідовних фази та мають певний відведений час виконання. Також важливо встановити зв'язок та послідовність між усіма зазначеними роботами і призначити відповідальних за їх виконання людей (Додаток А, рис. А.1).

Цільовою аудиторією є гості і мешканці Львова різної вікової категорії (діти від 7 років). Локація квесту – в центральній частині міста (Площа Ринок і прилеглі вулиці). Для іноземців буде запропонована версія квесту на польській та англійській мовах.

Методи реалізації проекту:

- Розробити календарний графік для всього проекту і в розрізі структурних одиниць та виконавців (сіткові методи) (рис. 3.1, А.2).
- Контролювати виконання проекту згідно основних проектних обмежень: час (критичного шляху, PERT), вартість (фінансово-

економічні методи), якість. Важливо проаналізувати використання трудових ресурсів (рис А.3).



Рис.

3.1. Діаграма Gantt (авторська розробка)

- Бюджет проекту складає 16 200 грн. і передбачає витрати на оплату послуг залученого фахівця (фрілансера) – 13 000 грн.; витрати на поліграфію – 2 130 грн.; оплата послуг зв'язку – 420 грн.; оплата хостингу сайту – 650 грн. (Додаток А.3-А.6).

Джерела фінансування подані в табл. 3.1: спонсори, фінансування з міського бюджету, вклад учасників проекту, вклад з боку організацій-партнерів.

Таблиця 3.1 (авторська розробка)

Інформація про фінансову підтримку проекту

Джерела фінансування	Сума (грн.)	Частка в % від всієї суми
Фінансування з міського бюджету	13650	20.8
Фінансування з боку учасника(ів) проекту	6480	40
Фінансування з боку організацій-партнерів	2130	30.2
СУКУПНЕ ФІНАНСУВАННЯ	16200	100

З метою управління **якістю продуктів проекту** розроблені індикатори, які подані в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 (авторська розробка)

Індикатори успішності завдань проекту

Завдання проекту	Продукти проекту	Індикатори успішності завдань проекту	
		Кількісні	Якісні
Запропонувати та розробити нову туристичну послугу для гостей і мешканців Львова (квест «Знайти лева»)	Квест	Кількість відгуків про зміст квесту	Перевірка на розуміння та адекватність
Розробити веб-сайту квесту	Веб-сайт	Кількість блоків на сторінці Кількість мов, які підтримуються сайтом	Здатність сайту до адаптивності
Провести рекламні заходи	Флаєри Постери Онлайн-реклама	Кількість рекламних заходів за видами	Анкетування ефективності реклами
Підвищити інформованість гостей і мешканців Львова про культурну спадщину міста	Квест та веб-сайт	Кількість учасників квесту	Анкетування інформативності квесту
Збільшити потік відвідувачів мережі ресторанів Fest як спонсорів проекту	Бофони за проходження квесту	Кількість бофонів	Аналіз відвідуваності закладів після проведення квесту

Для поширення інформації планується запуснути рекламу в соціальних мережах та роздавати флаєри в «Книгарні Є» та «Comuna», а також розмістити постери у мережі ресторанів Fest.

Розподіл функцій між організаціями-партнерами в рамках проекту подано в табл.3.3. **Очікуваними результатами проекту** будуть: висока кількість учасників квесту, збільшення кількості туристів у м. Львові, збагачення міського бюджету, поширення цікавої інформації про культурні пам'ятки Львова.

Результати проекту у подальшому будуть використовуватись за допомогою **механізмів сталості** (підтримки життєдіяльності) **об'єктів проекту**, зокрема: 1) фінансової сталості: після завершення проекту буде забезпечуватися самостійно за рахунок плати за підказки до запитань квесту і добровільних внесків учасників; 2) інституційної сталості: створена команда

проекту дозволить продовжувати діяльність після завершення проекту, а в перспективі може масштабуватися за допомогою розробки нових квестів про історичну і культурну спадщину Львова.

Таблиця 3.3 (авторська розробка)

Функції партнерів у рамках проекту

Організація-партнер	Загальні завдання	Специфічні обов'язки	Внесок у проект
Мережа ресторанів Fest	маркетинг проекту	нарахування бофонів	спонсорська допомога та розміщення реклами
Міська рада Львова	посилити потенціал проекту для ефективного досягнення цілей проекту		спонсорська допомога
Книгарня Є	маркетинг проекту		розміщення реклами
Comuna	маркетинг проекту		розміщення реклами

Після розробки концепції проекту його контенту-квесту після проектування і визначення підходів до дизайну сайту була здійснена **реалізація (розробка) проекту**. Перед тим як приступити до реалізації проекту, потрібно підготувати всі ресурси, які будуть використовуватись в подальшому. Для цього необхідно проаналізувати макет сайту, зроблений у графічному редакторі (в даному випадку в Adobe Photoshop), та заздалегідь завантажити картинки, шрифти, підібрати кольори макету та створити графічну сітку для фреймворку Bootstrap. Після виконання цих завдань можна приступати до створення сайту.

Для реалізації нашого сайту були виконані **кроки**: 1) створена папка, в якій зберігались всі файли, необхідні для подальшого створення сайту: шрифти, картинки тощо (Додаток Б, рис.Б.1); 2) для створення файлів HTML і CSS через текстовий редактор було відкрито папку в якій було написано код (рис. Б.2); 3) для їх взаємодії було підключено в файл index.html файл CSS, bootstrap, а також шрифти (рис. Б.3); 4) після підключення фреймворків та файлу CSS було створено сайт з врахуванням потрібної кількості блоків, в яких буде розміщена різного роду інформація; 5) визначено кількість блоків (у нас –7) і описано

розмітку першого блоку в файлі HTML, а потім описано стилі в файлі CSS (рис. Б.4); 6) адаптація блоку під мобільні пристрої за допомогою спеціальної команди CSS, в якій можна прописати різні параметри для розмітки у фіксованій ширині або висоті сайту (в даному випадку використані стандартні сітки розмітки фреймворку Bootstrap і його фіксовані широти для мобільних пристроїв - 991 піксель).. Адаптивність сторінки означає, що при відкритті сайту з мобільного пристрою, в якого буде ширина екрану менша 991 пікселя, шрифт тексту зменшиться, а картинка розтягнеться (рис. Б.6).

Далі необхідно проробити за таким же принципом усі 7 блоків. Також важливим є контент сайту, текст повинен бути чітким та цікавим для користувачів. Після проведення усіх робіт було отримано сайт (рис.3.2, рис.Б.2–Б.10). Після створення та адаптації усіх блоків сайту, потрібно розмістити його на хостинг (надання дискового простору, підключення до мережі та інших ресурсів для розміщення фізичної інформації на сервері, що постійно перебуває в мережі) і задати електронне посилання, за яким люди зможуть на нього зайти та ознайомитись з усією інформацією про квест.



Рис. 3.2. Блок 1-й сайту квесту (авторська розробка)

Для цього ми використали безкоштовний український хостинг ZZZ: створили, зайшли у свій акаунт і додали хостинг (рис. Б.11). Після введення назви домену потрібно розмістити усі файли пов'язані із нашим сайтом на хостинг (рис. Б.12).

Відтак кожний зацікавлений зможе зайти на сайт та зв'язатись із нами, для отримання інформації про квест у вигляді підказок, а також надіслати свій відгук про зміст квесту і інтерфейс та функціонал сайту і про проект в цілому.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши теоретичні засади розвитку туристичної галузі економіки, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного та регіонального підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що туристична галузь міста Львова має значний потенціал, а вирішення питань сучасного підходу до впровадження інноваційних послуг зможе покращити та прискорити перспективи її розвитку найближчим часом.

Посилення конкуренції у сфері туристичного бізнесу, вимагає наявності розвинутої матеріально-технічної бази підприємств туристичної індустрії, від чого залежить якість туристичного продукту та рівень сервісу для вітчизняних та іноземних туристів. Розвиток туристичного бізнесу прямим чином залежить від якості підходу до управління проектами.

Застосування проектного підходу на макrorівні спрямоване на створення можливостей для пошуку й визначення інвестиційно привабливих проектів в регіонах, з одного боку, і реалізації їх шляхом використання соціальних ініціатив, проведення тендерів, конкурсів, створення кластерів, проведення маркетингових досліджень з іншого.

Такий підхід дозволить створити інтегровану сукупність інноваційних проектів для комплексного розвитку туристичної галузі кожного регіону на основі використання місцевого креативного інтелекту, здатного впровадити розроблені й економічно обґрунтовані проекти. Підґрунтям ініціації цих проектів має бути індикативне планування і цільове програмування.

Що стосується нашого проекту, то після проведеного дослідження можна зробити висновок, що наш проект хоч і має невеликий бюджет і не вимагає багато затрат, проте в перспективі він може принести чимало користі для міста, його гостей та жителів. При подальшій реалізації усіх поставлених завдань та співпраці з партнерами і спонсорами, можна очікувати збільшення кількості туристів у нашому місті та збагачення міського бюджету, і що не менш важливо – поширення цікавої інформації про культурні пам'ятки Львова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хахлюк А.М., Лук'янов А.В. Проблеми розвитку туризму в Україні в контексті сталого розвитку// Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: [електронне видання]: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.)/ голова редкол. С.В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С.44-45.
2. Аксьоненко, К. А. Статистичний аналіз розвитку туризму в Україні [Текст] / К. А. Аксьоненко, К. І. Тарасова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017. – С. 145 – 149
3. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 3. – С. 76-82 3.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. -312 с.

5. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні / А. А. Терехух, О. П. Макар, Г. Я. Ільницька // Молодий вчений. – 2015. – № 11(2). – С. 126-129.)
6. Закон України "Про туризм" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
7. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/168-2017-%D1%80>
8. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в комерції. Підручник. 3-є изд. - М.: Дашков и Ко, 2016 — 548 с.
9. Львів туристичний: як змінилося місто у 2017 році. Основні показники [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/244922-lviv-turystychnyi-iak-zminylosia-misto-u-2017-rotsi-osnovni-pokaznyky>.
10. Підсумки 2017. Львівський туристичний офіс [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://city-adm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvit_LTO_2017_loading.pdf
11. У Львові почали монтувати розумний екскурсійний маршрут [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://tvoemisto.tv/news/u_lvovi_pochaly_montuvaty_rozumnyy_ekskursiynyy_marshrut_88720.html
12. Bernie D. Some Thoughts About WebQuests [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://webquest.sdsu.edu/about_webquests.html
13. Сокол І.М. Класифікація квестів // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах.- 2014 р., вип. 36 (89).- С.369-374.
14. Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Полотай О.І. Управління проектами. Підручник.- Київ: ЦУЛ, 2010.- 430 с.
15. Тернер, Дж. Р. Руководство по проектно-ориентированному управлению / Пер. с англ. под общ. ред. Воропаева В.И. — М. : Изд. дом Гребенникова, 2007. — 552 с.

16. Ноздрина Л., Семенюк А. Управление ERP-проектами на предприятиях торговли. Аспект эффективности. Монография.- Saar-brücken: Lap Lambert Academic Publishing, 2014. - 120 с.
17. Дитхелм Г. Управление проектами. В 2 т. Т. II: Пер. с. Нем. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. – 288 с.
18. Товб А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2003. – 240с .: ил.
19. Разу М.Л. и др. Управление программами и проектами: 17 модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации». Модуль 8"., М.: "ИНФРА-М", 2001.
20. Бушуев С.Д. Компетентный взгляд на управление проектами / С.Д. Бушуев, Н.С. Бушуева. – NCB №3. – К.: IPIDIYU, 2006. – 208 с.
21. Alampay R. Development of a Classification Framework on Ecotourism Initiatives in the Philippines [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу:
https://www.researchgate.net/publication/265030147_Development_of_a_Classification_Framework_on_Ecotourism_Initiatives_in_the_Philippines
22. Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 р. № 75/98-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1998. – № 27-28. – С. 182.
23. Бьюзен Т. Интеллект-карты. Полное руководство по мощному инструменту мышления. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.- 208 с.
24. Руководство по HTML5 и CSS3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://metanit.com/web/html5/>
25. Bootstrap [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://getbootstrap.com/>
26. CSS with superpowers [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://sass-lang.com/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Task Name	Duration	Start	Finish	Predecessors	Resource Names
Фаза аналізу вимог	15 days	Mon 01.10.18	Fri 19.10.18		
Аналіз ринку туристичних квестів Львова	3 days	Mon 01.10.18	Wed 03.10.18		Король Вікторія;Інтернет[1];Мобільний зв'язок[0,5]
Розробка концепції проекту по створенню кв	9 days	Thu 04.10.18	Tue 16.10.18	2	Король Вікторія
Узгодження концепції проекту з замовником	1 day	Wed 17.10.18	Wed 17.10.18	3	Король Вікторія;Гапонов Орест;Ноздріна Лариса[50%]
Аналіз сучасного оформлення сайтів з квест	2 days	Thu 18.10.18	Fri 19.10.18	4	Гапонов Орест
Узгодження з розробником вимог до реклами	0 days	Fri 19.10.18	Fri 19.10.18	5	Ноздріна Лариса;Гапонов Орест
Фаза проектування	30 days	Wed 17.10.18	Tue 27.11.18		
Остаточне розроблення квесту	7 days	Mon 22.10.18	Tue 30.10.18	6	Ноздріна Лариса[50%]
Пошук спонсорів	30 days	Wed 17.10.18	Tue 27.11.18	4SS	Ноздріна Лариса[50%];Мобільний зв'язок[1];Інтернет[1]
Планування рекламної кампанії	1 day	Mon 22.10.18	Mon 22.10.18	6	Король Вікторія;Інтернет[1]
Вибір типу сайту	1 day	Mon 22.10.18	Mon 22.10.18	5	Гапонов Орест;Інтернет[1]
Узгодження дизайну сайту	0 days	Mon 22.10.18	Mon 22.10.18	11	Гапонов Орест;Ноздріна Лариса
Фаза розробки	30 days	Tue 23.10.18	Mon 03.12.18		
Розробка PSD-макету сайту	14 days	Tue 23.10.18	Fri 09.11.18	12;8FF	Гапонов Орест;Інтернет[1]
Верстка сайту	10 days	Mon 12.11.18	Fri 23.11.18	14	Гапонов Орест
Тестування сайту	2 days	Mon 26.11.18	Tue 27.11.18	15	Фрілансер
Налагодження	4 days	Wed 28.11.18	Mon 03.12.18	16	Гапонов Орест;Ноздріна Лариса;Мобільний зв'язок[1];Ін
Узгодження остаточного вигляду сайту	0 days	Mon 03.12.18	Mon 03.12.18	17	Гапонов Орест;Ноздріна Лариса
Фаза експлуатації і супроводу	98 days	Tue 23.10.18	Thu 07.03.19		
Реалізація рекламних заходів	64 days	Tue 23.10.18	Fri 18.01.19	10	Король Вікторія;Інтернет[1];Мобільний зв'язок[1];Полігр
Розміщення сайту	1 day	Tue 04.12.18	Tue 04.12.18	18;9	Гапонов Орест;Хостинг[1]
Отримання зворотнього зв'язку	60 days	Wed 05.12.18	Tue 26.02.19	21	Гапонов Орест[50%];Інтернет[1]
Аналіз і модифікація сайту згідно побажань	7 days	Mon 18.02.19	Tue 26.02.19	22FF;20FF	Гапонов Орест[50%];Король Вікторія;Ноздріна Лариса
Створення архіву проекту	7 days	Wed 27.02.19	Thu 07.03.19	23	Гапонов Орест
Передача сайту на використання замовнику	0 days	Thu 07.03.19	Thu 07.03.19	24	Ноздріна Лариса

Рис.А.1. Таблиця організаційних робіт проекту

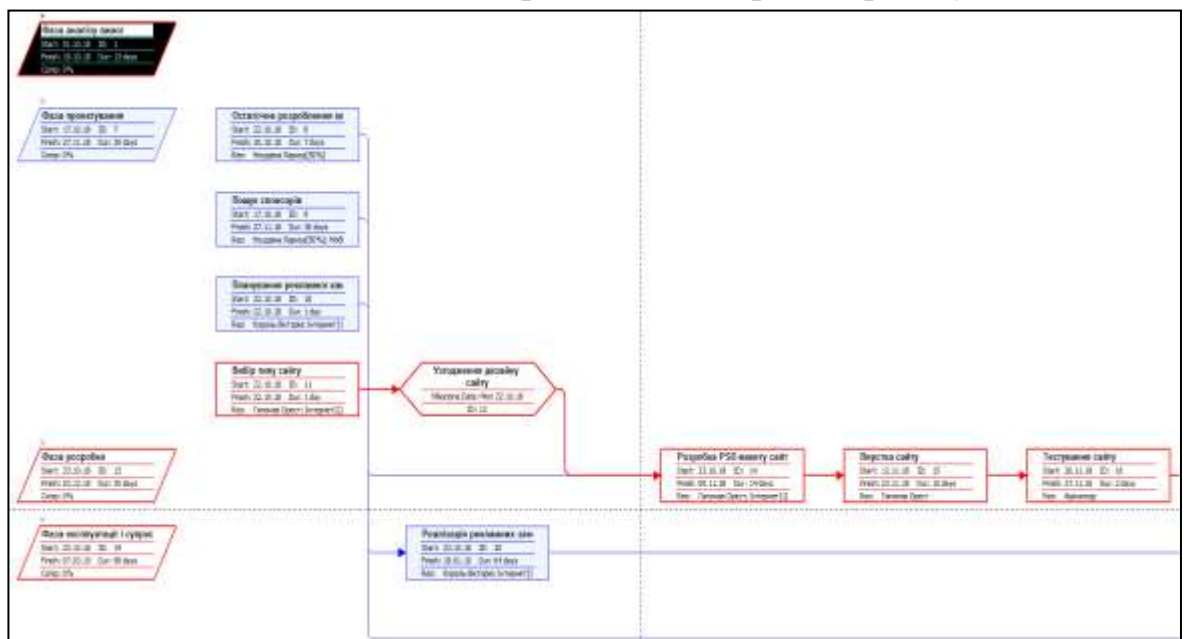


Рис.А.2.NetWork діаграма

Складові бюджету проекту

Таблиця А.3

Витрати на поліграфію

Витрати на поліграфію	Сума	Кількість	Формат
буклети	1150	1000	а4
флаєри	300	1000	а6
постери	260		5x5
Загальна сума	2,130		

Таблиця А.4

Витрати на поліграфію

Послуги зв'язку	Сума
Мобільний зв'язок	350
Інтернет	70
Загальна сума	420

Таблиця А.5

Інші витрати

Інші витрати	Сума	Посилання
Хостинг	650	https://ru.godaddy.com/hosting/web-hosting
Оплата послуг залучених фахівців (фрілансер)	13000	
Загальна сума	13,650	

Загальний бюджет	16,200
------------------	--------

Додаток Б

Имя	Дата изменения	Тип	Размер
bootstrap	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
css	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
font-awesone-4.7.0	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
fonts	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
img	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
sass	03.12.2018 21:36	Папка с файлами	
index	05.11.2018 01:26	Chrome HTML Document	8 KB

Рис. Б.1. Ресурси для розробки сайту

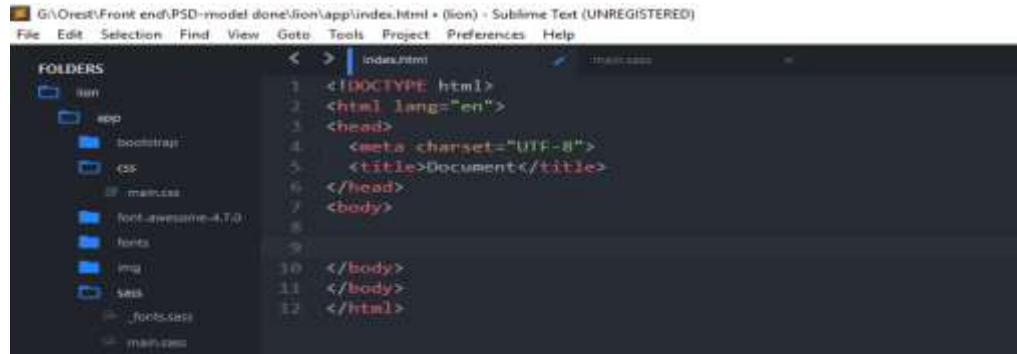


Рис. Б.2. Створення файлів HTML і CSS



Рис. Б.3. Підключення CSS, bootstrap та шрифтів

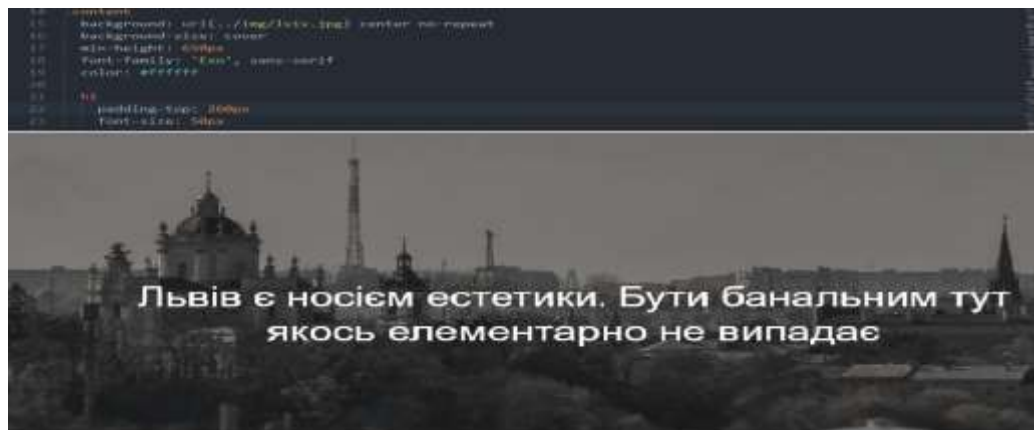


Рис. Б.4. Підключення стилів в CSS

```

25 // <!-- MEDIA
26
27 @media screen and (max-width: 991px)
28 .content
29   min-height: 650px
30
31   h1
32     font-size: 37px
33
34   button
35     width: 165px
36     height: 40px
37     font-size: 14px
38
39     &:hover
40       width: 160px
41       height: 38px
42       font-size: 13px
43

```

Рис. Б.5. Команда для роботи над адаптивністю

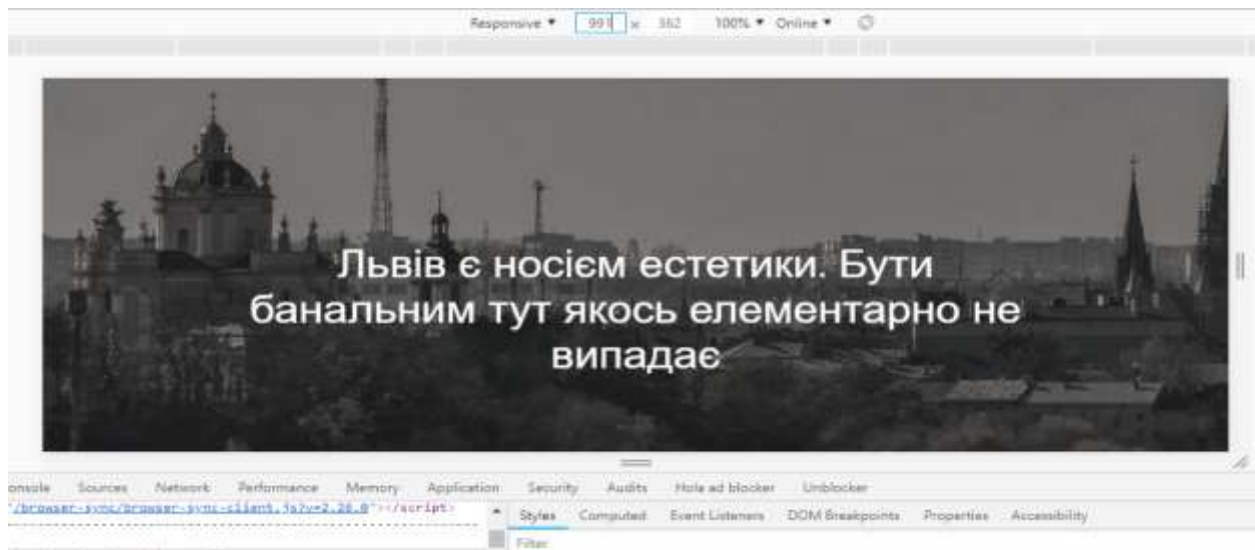


Рис. Б.6. Вигляд адаптивної сторінки



Рис. Б.7. Блок 2-й сайту квесту

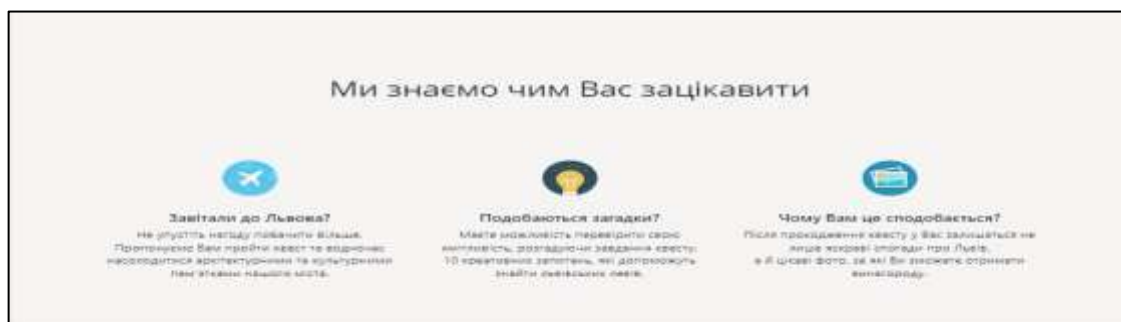


Рис. Б.8. Блок 3-й сайту квесту

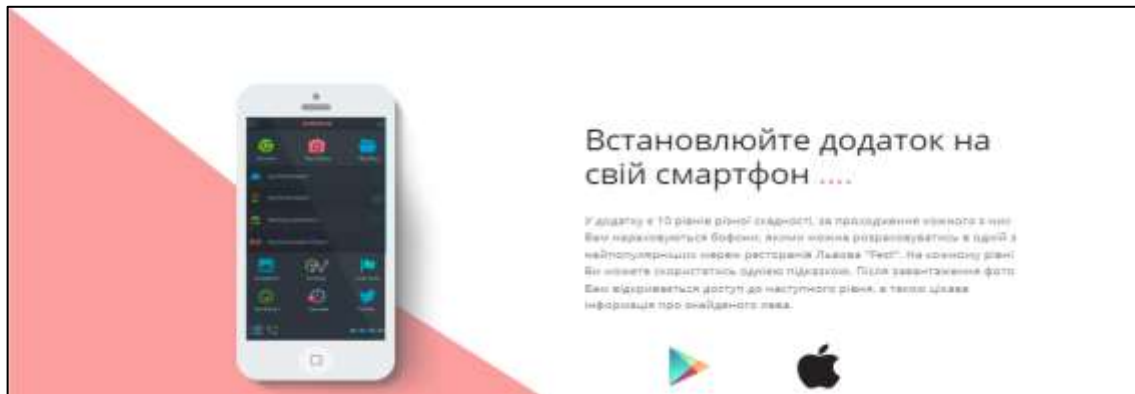


Рис. Б.9. Блок 4-й сайту квесту

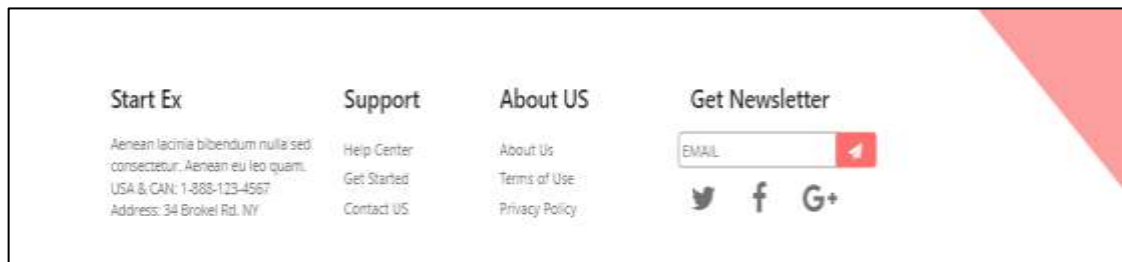


Рис. Б.10. Блок 7-й сайту квесту

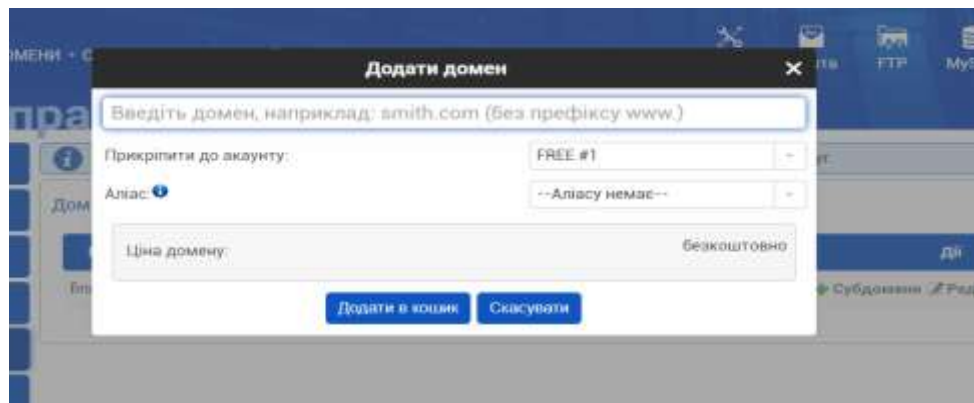


Рис. Б.11. Додавання хостингу

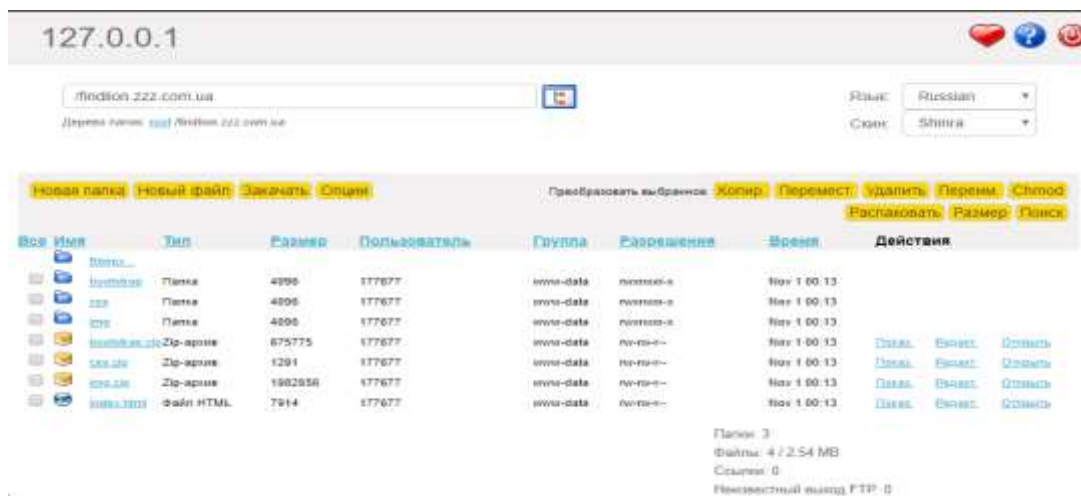


Рис. Б.12. Розміщення сайту на хостингу