

УДК 630.(075.8)

Ірина Перішко, здобувач Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

**РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА, ЙОГО ЗАВДАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ
В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

У статті висвітлено аспекти теоретичних, методичних і практичних засад підготовки менеджерів туристичної діяльності, та розвитку туристичної індустрії, в Карпатському регіоні, організації проведення турів, надання сервісу в готельному бізнесі та сфері послуг харчування. Розкрито сутність структури та особливості здійснення готельного бізнесу, особливості ціноутворення на ринку, технологію проведення маркетингових заходів в туристичній діяльності.

Ключові слова: туризм, професійні компетентності, туристичний сервіс, готелі, діяльність, підготовка менеджерів, туристична індустрія.

Літ. 20.

Ірина Перішко, соискатель

Дрогобычского государственного педагогического университета имени Ивана Франко

**РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА, ЕГО ЗАДАЧИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ
В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В статье рассматриваются аспекты теоретических, методических и практических основ подготовки менеджеров туристической деятельности и развития туристической индустрии, в Карпатском регионе, организации проведения туров, предоставление сервиса в гостиничном бизнесе и сфере услуг питания. Раскрыта сущность структуры и особенности осуществления гостиничного бизнеса, особенности ценообразования на рынке, технологию проведения маркетинговых мероприятий в туристической деятельности.

Ключевые слова: туризм, профессиональные компетентности, туристический сервис, гостиницы, деятельность, подготовка менеджеров, туристическая индустрия.

Iryna Perishko, Applicant

Drohobych State Pedagogical University by I. Franko

**ROLE OF MANAGER HIS TASKS AND EFFECTIVENESS IN TOURIST ACTIVITY
OF MARKET ECONOMY**

Aspects of theoretical, methodological and practice principles of tourist managers' training and development of the tourist industry in the Carpathian Region, in the organization and realization of tours, in granting services in hotel business and in food service industry are considered in the article. Revealed the essence of structure and features implementation of hotel business, features of pricing at the market, technology of conduction marketing measures in tourist activity.

Keywords: tourism, professional competence, tourist service, hotels, activity, managers' training, tourist industry.

Актуальність проблеми. Роль менеджера для ефективного функціонування туристичного підприємства в умовах ринку і конкурентному середовищі туристичного підприємства складно переоцінити. Успішна діяльність менеджера на туристичному ринку послуг в гострій конкурентній боротьбі вимагає знання механізмів ефективної роботи. Сьогодні туристичні підприємства вже не покладаються тільки на вдачу й інтуїцію. Благополуччя туристичної організації – результат продуманої діяльності керівника-менеджера і персоналу туристичного підприємства [2].

Аналіз останніх публікацій. Слід відзначити, що окремі аспекти становлення та розвитку туристичної індустрії досліджувалися і

висвітлені в науково навчальних роботах авторами: А.О. Аветісова, С.В. Сорока [1], И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов [2], М.В. Вачевський [3], В.Г. Герасименко [4], Ю.П. Гуменюк [5], Е.Л. Драчева [6], М.М. Єрмошенко [7], В.І. Жигір, О.В. Чернега [8], Г.М. Зайчук [9], В.Ф. Кифяк [10], О.О. Любіцева [11], Л.О. Малик [14], М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух [14], Н.М. Примаченко [15], Л.М. Устименко [16], В.К. Федорченко [17], В.І. Цибух [18], Н.В. Чорненька [19], І.М. Школа [20] та ін.

Мета статті – вироблення нової методики навчання та формування у майбутніх менеджерів туризму професійних компетентностей до ринку праці в галузі туризму.

Виклад основного матеріалу. Одним з основних напрямків, що забезпечують динамізм у розвитку економіки і виведення її на ринковий шлях, є активізація підприємницької туристично-рекреаційної діяльності.

Менеджмент – це здійснення сміливих, важливих і складних проектів в галузі туристичного підприємництва. *Підприємництво* – це готовність взяти на себе ризик, пов'язаний з реалізацією нових ідей. Саме підприємництво, яке асоціюється з поняттями динамізм, ініціатива, сміливість, перетворює в реальність нові цікаві ідеї [13].

Менеджерська діяльність – це перш за все інтелектуальна діяльність енергійної та ініціативної людини-менеджера, що володіє повністю або частково будь-якими матеріальними цінностями і використовує їх для організації бізнесу та управління ним. В даний час, час ринкових відносин, необхідно переглянути теоретичні основи і практику функціонування економіки України, і на цій основі шукати шляхи входу молодій державі у світове співтовариство не як сировинного додатку і ринку для третьосортних товарів, а як повноправного учасника, на якого потрібно зважати як у політичних, так і в економічних перипетіях сучасного життя [3].

Аналіз стану українського туристичного ринку показує, що в результаті гострої конкуренції робота за схемою “кредит (гроші) – продукт (виготовлення або придбання) – продаж послуг (гроші зі збільшенням)” без залучення й участі фахівців з менеджменту перестала працювати. У той же час за даними Американського інституту економіки туризму до 70% прибутку підприємства туристичної індустрії одержують за рахунок ефективного управління туристичною організацією і підготовки (добору) кадрів менеджерів відповідно кваліфікації, зазначає відомий вчений Микола Єрмошенко [7].

Діяльність менеджера в туристичній галузі – це діяльність економічна, будь-яке рішення, прийняте менеджером, – це захід економічного характеру. Звідси випливає, що ефективність менеджменту визначається економічними результатами. Для виміру цих результатів використовують певні показники. До показників, що характеризують працю менеджера, можна віднести:

- зниження трудомісткості обробки управлінської інформації;
- скорочення управлінського персоналу;
- термін обробки інформації;
- скорочення витрат робочого часу управлінського персоналу;

- поліпшення організації праці.

Їх можна виразити кількісно. Але є й такі показники, котрі не піддаються кількісній оцінці. Наприклад, підвищення кваліфікації управлінського персоналу в туристичній діяльності, поліпшення умов праці і надання сервісних послуг, культура праці і т.н.

Перехід України до відкритої економіки може стати неможливим без синхронізації її економічної структури та реформ, аналогічних високорозвиненим країнам [19].

Нашій державі необхідно реалізувати комплекс заходів по розвитку підприємництва, децентралізації зовнішньоекономічної діяльності, зміні зовнішньоторгової системи, а в нашому дослідженні широкого розвитку туристичної галузі та підготовки до цієї діяльності високо кваліфікованих менеджерів, як до проведення турів так і гостиничного господарства, що повинно прискорити процес уведення інноваційних технологій та інтегрування України у міжнародний ринок [12].

У різних країнах проблема реалізації нововведень вирішується по-різному, хоч і можна простежити певні моменти, спільні для більшості сучасних лідерів науково-технічного прогресу, але не підлягає сумніву те, що наука стала реальною виробничою силою на даному етапі, і буде залишатись нею в майбутньому.

Завдання України – у найкоротший час вивчити досвід вирішення цих проблем, визначити шляхи реалізації інноваційної політики в Україні з урахуванням реальних умов до розвитку туристичної індустрії та **підготовки менеджерів** до ринкової економіки в галузі туризму.

Що таке менеджмент? Хто такий менеджер? Ці та інші запитання виникають у молоді, яка після закінчення навчання хоче розпочати свою справу на основі власних або відомих ідей, реалізація яких може принести у майбутньому вигоду.

На перше з поставлених запитань можлива така відповідь. З переходом України до ринку менеджмент розглядається як організаційно-економічне і соціально-психологічне явище, що характеризується науково-технічним, комерційним, організаційним і винахідницьким новаторством.

Підприємницька діяльність ґрунтується на мобілізації коштів (фінансів), трудових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів (базова основа); організації виробництва, матеріально-технічного забезпечення і збуту, маркетингу і реклами (організаційна основа); новаторстві, що включає винахідництво використання нових ідей на творчій основі і кон'юнктурі (творча основа).

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА, ЙОГО ЗАВДАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Менеджер – це людина, яка організовує і управляє підприємством з метою власної вигоди. Він вкладає свої ідеї, знання і навички у планування, організацію і управління виробництвом, несе відповідальність за свою справу, і якщо вона виявиться прибутковою, підприємцеві дістається весь вигаш.

Для досягнення успіху менеджера в туристичній діяльності, необхідна економічна освіта, зокрема, систематичні наукові знання про економічні категорії і закони матеріального виробництва, усвідомлення суті продуктивних сил і виробничих відносин, розуміння особливостей матеріального розвитку суспільства, його економічних завдань.

Менеджер повинен також мати знання про галузі промисловості і сільського господарства, що відіграють важливу роль у системі матеріального виробництва, зміцненні економіки України, у підвищенні життєвого рівня суспільства.

Менеджер туристичної діяльності, передбачає ініціативу, організацію або реорганізацію соціально-економічних механізмів для використання наявних ресурсів з найбільшою вигодою і досягнення найбільших прибутків.

Активізація діяльності туристичної сфери забезпечується наявністю розвинутої індустрії туризму, створенням ринку туристичних послуг, забезпечення галузі кваліфікованими менеджерами туристичної діяльності.

Створення будь-якої нової справи вимагає певних знань з управління виробництвом, та сферою послуг, вміння оцінювати і передбачати ринкову кон'юнктуру, вчасно приймати нестандартні управлінські рішення та забезпечувати їх практичну реалізацію, керувати колективом на рівні сучасних вимог.

Оскільки туристична діяльність визначається розробленими турами в комплексі із системою заходів для їх реалізації, спрямовані на задоволення мети відпочинку. Розробка турів менеджером, їх ринкова реалізація і організація споживання є основою діяльності туристичних підприємств – менеджерів тур операторів і тур агенцій. Це найбільш трудомістка робота, виконання якої вимагає різнобічних знань і навичок менеджера туристичної діяльності як теоретичного, так і практичного характеру. Саме ця потреба обумовлює необхідність підготовки менеджерів із високим рівнем професійних компетентностей, які мали б практичні навички розробки і організації турів, надання високого рівня послуг, і вміння на належному рівні спілкуватися із клієнтами туристичної індустрії. Адже будь-яка

підприємницька діяльність спрямовується на кінцевий результат – продаж товарів або послуг [16].

Менеджмент в туризмі є науково обґрунтованою системою освоєння ринку. Він охоплює різні сторони підприємницької діяльності, починаючи з розробки турів і закінчуючи продажем споживачеві туристичних послуг.

Сучасний ринок туристичної діяльності, це туристичний продукт, що являє собою комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Туристична діяльність менеджера, немислимі без знань менеджера в галузі економіки, а значить, сучасного виробництва, досягнень науки і техніки, практики в різних галузях народного господарства. Менеджер туристичної сфери, повинен уміти вирішувати завдання сфери послуг, забезпечувати правові відносини клієнтів туристичного ринку.

Щоб підтримувати менеджера високий професійний рівень в галузі туризму, менеджеру необхідно систематично переглядати законодавчу й інструктивну інформацію з питань грошового обігу, фінансів і кредиту, статистичні матеріали регіону, використовувати їх в аналізі і прогнозуванні діяльності. Це сприятиме підвищенню ефективності тур продуктів, зростанню прибутків.

Отже, менеджер туристичної галузі є організатором і новатором, який володіє економічними, організаційними і творчими здібностями, уміє добре орієнтуватися у складному мінливому середовищі. Виявити ці якості може лише людина, що підготовлена до підприємницької діяльності. А ще менеджеру туристичної діяльності, мають бути притаманні високі морально-психологічні якості – чесність, справедливість, об'єктивність, розсудливість, мужність, почуття обов'язку і відповідальності, інтелігентність, тактовність [14].

Готували молодь до підприємницької туристичної діяльності необхідно в навчальних закладах усіх типів і рівнів.

Основи такої підготовки повинна закладати школа. Вузівська підготовка має ґрунтуватися на базовому навчанні з певних блоків дисциплін, збагачувати майбутнього менеджера туристичної діяльності загальнонауковими, спеціальними і економічними знаннями.

Велику увагу варто приділити підготовці молоді до роботи в умовах ринкової економіки. Для цього необхідно знати основи макроекономіки (теорії державної економічної політики) і мікроекономіки (теорії діяльності підприємства,

закладу) загальні теорії ринкової системи, кооперації і прогнозування, кредитно-банківський механізм, податкову систему, систему страхування, організацію власних коштів і власної справи.

Запропонований нами підхід до підготовки менеджерів туристичної діяльності до підприємництва – лише один з можливих варіантів. Необхідно також враховувати регіон, забезпечення природними екологічними багатствами, такими як Карпатському регіоні, Крим, а в загальному всі регіони України є привабливими для іноземних туристів, як прочанськими місцями, так і історичними пам'ятниками та архітектурними спорудами.

Зазначимо, що туристичний менеджмент – це вид діяльності у керівництві людьми в туристичних організаціях, це галузь людського знання, що допомагає здійснювати функції керівництва працівниками туристичної фірми, це певна категорія тих людей, які здійснюють управлінську роботу.

Менеджмент в туризмі – це специфічний вид людської діяльності, який має багатоглибкий історію. Можна сказати, що туризм існує стільки, скільки існує людство. Але пройшло багато часу перед тим, як менеджмент туризму перетворився на суспільний інститут в його сучасному вигляді, коли ми можемо сказати про туристичну галузь, або індустрію туризму.

Менеджер – центральна фігура в галузі туризму. Певна річ, для успіху в бізнесі дуже важлива і якість сфери послуг, товару, в кваліфікація працівників туристичної діяльності (проведення турів, готельної індустрії, сфери харчування) і багато чого іншого. Але якщо на підприємстві туристичної діяльності поганий менеджер, її не врятують ні гроші, ні люди – вона може позбутися і того й іншого. Ефективність успіху туристичної діяльності повною мірою залежить від ролі менеджера в галузі туризму на сучасному етапі ринкової економіки, як певного виду підприємницької діяльності, високої культури ділового спілкування [15].

Підприємництво в галузі туризму розвинене в багатьох країнах, хоч не звичне для нас. Воно властиве різним напрямкам діяльності (проведення турів, готельне господарство, сфера харчування, міжнародні туристичні виїзди, культура ділового спілкування, знання та вміння іншомовного спілкування, тісний зв'язок із економічним середовищем та інші чинники, які переплітаються із туристичною діяльністю менеджера.

Як соціально-економічне явище менеджмент в туристичній діяльності, вбирає в себе широкий

спектр суспільних відносин, історичні моменти, правові відносини, психологічні явища і економічні умови життєдіяльності. За своєю економічною природою менеджмент є діалектичною єдністю загальноекономічного змісту з одного боку і специфічної соціальної форми з другого.

Своєрідність загального економічного змісту менеджменту в галузі туризму полягає в тому, що в ньому втілені різні сторони господарської діяльності, а саме:

- проведення туристичних походів – внутрішні туристичні походи та міжнародні туристичні екскурсії;

- розміщення в готелях туристів, надання відповідних послуг готельної індустрії;

- сфера харчування національною кухнею та стравами, які бажають клієнти (туристи із інших країн).

Суб'єктами туристичної діяльності у використанні менеджменту, можуть бути різні учасники економічної діяльності, приватні особи, які займаються наданням готельних послуг (зелений туризм – набирає розвитку в Карпатському регіоні), проведення туристичних походів для різних вікових груп туристів, транспортні послуги, реклама, цінова політика, міжнародні стосунки в проведенні міжнародних турів. При цьому менеджер туристичної діяльності орієнтується на власні затрати праці або передбачає використання найманої праці.

Підприємницька діяльність менеджерів в галузі туризму може здійснюватись також групою людей, зв'язаних між собою договірними зобов'язаннями і економічним інтересом. Об'єднання партнерів дозволяє вирішувати завдання більш великого масштабу. Суб'єктами колективного підприємництва в галузі туризму можуть виступати різного роду асоціації – акціонерні товариства, кооперативи, орендні колективи тощо.

Об'єктом підприємництва в галузі туризму є певна діяльність у сфері надання послуг для одержання певного доходу. Величина доходу залежить від того, як менеджер організував свою діяльність, врахував всі чинники, що впливають на отримання бажаних прибутків. Ступінь організації праці менеджера визначається характером комбінації різних ресурсів. Підприємництво в галузі туризму охоплює виготовлення нових благ сфери послуг, впровадження нових методів проведення туристичних походів, освоєння нових ринків збуту туристичних продуктів, одержання нових напрямів проведення туристичних походів для різних вікових груп, проведення відповідної

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА, ЙОГО ЗАВДАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

реорганізації. Постійний пошук нових способів комбінацій ресурсів для покращення сфери послуг в галузі туризму, відрізняє менеджера від звичайного господарника [17].

Підприємництво в галузі туризму проявляється у різних напрямках бізнесу, в поняття якого входять будь-яка справа, проведення турів, виробництво туристичних товарів, готельна діяльність, сфера харчування, транспортні послуги, комерційна практика або політика окремого туристичного підприємства чи цілої фірми у наданні туристичних послуг.

Менеджмент в галузі туризму завжди певним чином організується, набирає конкретних форм.

Можна виділити основні умови організації підприємницької діяльності в галузі туризму:

- наявність прав власності на вибір діяльності (проведення турів, готельна справа, сфера харчування, реклама в туризмі, виробництво товарів туристичної потреби);

- наявність певної сукупності свобод і прав (вибір виду господарської діяльності, планування джерел фінансування, доступ до ресурсів, організація і управління, збут туристичних продуктів) тобто економічна самостійність;

- наявність певного економічного середовища, яке б забезпечувало реалізацію перших двох умов ринково-конкурентний режим господарювання;

- наявність сприятливого психологічного клімату до туристичної діяльності серед населення;

- правова захищеність туристичної діяльності;

- державна підтримка становлення та розвитку туристичної діяльності в галузі фінансового і матеріально-технічного забезпечення.

Потрібно виробити такі етичні норми господарської поведінки, не які допускатимуть будь-яких нездорових намірів, вчитимуть поважати закон, розвивати саме ділову активність і чесну конкурентну боротьбу. Західні бізнесмени переконані, що саме ділова етика насамперед забезпечує престиж і високу репутацію компанії в очах споживачів і суспільства, сприяє підвищенню ефективності виробництва, зростанню доходів [18].

Матеріальна зацікавленість є одним із рушійних факторів підприємницької діяльності. В основному заради цього і організовується бізнес і розширюються його масштаби. Діалектика товарного виробництва така, що господарюючий суб'єкт, переслідуючи власні інтереси, в той же час, у кінцевому рахунку, невидимою рукою скеровується на досягнення суспільних цілей, працює на суспільство. Наприклад, Г. Форд зайнявся виробництвом автомобілів не з

благодійних прагнень, але, переслідуючи особисту вигоду, він створив автомобільну імперію, продукція якої заповонила весь світ і багато в чому змінила господарство.

1. Аветісова А.О., Сорока С.В. Підприємства харчування в системі туризму: Монографія. // А. Аветісова, С. Сорока. – Донецьк. Дон ДУЕТ, 2002. – 165 с.

2. Балабанов І.Т., Балабанов А.І. Економіка туризму: Учеб.посobie. // І. Балабанов, А.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

3. Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції. Підручник. – К.: Професіонал, 2005. – 512 с

4. Герасименко В.Г. Основи туристиченського бизнеса: Учеб пособие. // В. Герасименко. – Одеса: Черноморье, 1977. – 160 с.

5. Гуменюк Ю.П. Вплив туризму на економічне зростання в Україні. // Ю. Гуменюк. /Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №7 – 8.

6. Драчева Е.Л. Економіка і організація туризму. Международный туризм: Учеб. пособие. // Е. Драчева, Ю. Забаев, Д. Исмаев. Прод ред. И.Р. Рябовой, Ю. Забаева. – М.: ИНОРУС, 2005. – 576 с.

7. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О.А. Менеджмент: Навч. посібник/За заг. ред. д.е.н., проф. М.М. Єрмошенка. – К.: НАУ, 2008. – 656 с.

8. Жигірь В.І., Чернега О.В. Професійна педагогіка. Навчальний посібник. (За ред. М. Вачевського). – К.: Професіонал. "Кондор", 2011. – 336 с.

9. Зайчук Г.М. Управління маркетинговою діяльністю в туристичній галузі. Монографія. // Г. Зайчук. – Дрогобич Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2010. – 154 с.

10. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. // В. Кияк. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.

11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Навчальний посібник. // О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.

12. Малик Л.О. Економіка і організація формування маркетингової індустрії в Україні. Монографія. // Л. Малик. – Дрогобич, Коло, 2011. – 394 с.

13. Малик Л.О. Становлення та розвиток туристичної індустрії від середніх віків до XIX та XX століття. // Л. Малик. /Молодь і ринок. – №9(68). 2010. – С. 77 – 81.

14. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Навчальний посібник. // М. Мальська, В. Худо, В. Цибух. – К.: ЦУЛ., 2004. – 272 с.

15. Примаченко Н.М. Формування маркетингової культури у майбутніх вчителів технологій у процесі навчання основ підприємництва. Монографія. // Н. Примаченко, – Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2011. – 218 с.

**ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ІНЖЕНЕРІВ НАФТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

16. Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. *Історія Туризму: Навчальний посібник.* // Л. Устименко, І. Афанасьєв. – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.
17. Федорченко В.К. *Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: Монографія.* // В. Федорченко. – К.: Слово, 2004. – 471 с.
18. Цибух В.І. *Державне регулювання у сфері туризму. В Україні.* // В. Цибух. *Статистика України.* – 2005. – №1. – С. 80 – 85.
19. Чорненька Н.В. *Організація туристичної індустрії. Навчальний посібник.* // Н. Чорненька. – К.: Атака, 2006. – 264 с.
20. Школа І.М. *Розвиток туристичного бізнесу регіону: Навчальний посібник.* // І. Школа. – Чернівці: Книга – XXI, 2007. – 292 с.

Стаття надійшла до редакції 21.11.2012

УДК 331.548

Роман Кепша, інженер-технолог, аспірант
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

**ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ІНЖЕНЕРІВ НАФТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Дана стаття є розвитком і узагальненням вітчизняних та зарубіжних методологічних підходів до поняття людина і техніка, охарактеризована динаміка проектування творчого пошуку молодими інженерами вирішення технічних виробничих завдань.

Ключові слова: *техніка, творчість, винахідництво, раціоналізаторство, технічна компетентність, трудова діяльність, економічне мислення, естетичність виробу, конструкторська діяльність, структура професійної діяльності, матеріальне виробництво.*

Літ. 9.

Роман Кепша, інженер-технолог, аспірант
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

**PROFESSIONAL COMPETENCE OF OIL INDUSTRY ENGINEERS:
THE THEORETICAL ASPECT**

Данная статья является развитием и обобщением отечественных и зарубежных методологических подходов к понятию человек и техника, охарактеризована динамика проектирования творческого поиска молодыми инженерами решения технических производственных задач.

Ключевые слова: *техника, творчество, изобретательство, рационализаторство, техническая компетентность, трудовая деятельность, экономическое мышление, эстетичность изделия, конструкторская деятельность, структура профессиональной деятельности, материальное производство.*

Roman Kepsha, engineer-technologist, Postgraduate
Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University

**PROFESSIONAL COMPETENCE OF OIL INDUSTRY ENGINEERS:
THE THEORETICAL ASPECT**

This article is the development and generalization of domestic and foreign methodological approaches to the meaning "man and technique", described the dynamics of designing of creative search by young engineers the solution of technical and manufacture tasks.

Keywords: *technique, creativity, invention, rationalization, technical competence, labor activity, economic thinking, aesthetics of production, design effort, structure of professional activity, material industry.*

Постановка проблеми. Роль техніки, технічних засобів різного призначення в сучасному розвитку нашого суспільства, в повсякденній праці і побуті колосальна – техніка супроводжує нас на кожному кроці в прямих проявах (машини, станки, пристрої, апаратура і т.ін.) або непрямих – є “посередником” (продукти харчування, одяг, житло, предмети побуту і т.ін. – все це

виготовляється і доставляється споживачу з допомогою різної техніки).

Проблема створення нової техніки, так чи інакше, стосується багатьох людей, представників різних професій, але, перш за все ця проблема стосується інженерів, розробників нових взірців техніки, або вдосконалення існуючих. Саме інженер, це конструктор, винахідник, раціоналізатор – творці нової техніки, нової