
РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

УДК 379.85:504.062

*Баженова С.Е., д.і.н., професор Кам'янець-Подільського
національного університету імені Івана Огієнка*

ДО ПИТАННЯ ПРО РОЛЬ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ

В статті висвітлені проблеми сучасного туристичного бізнесу і необхідність введення в навчальні плани ВНЗ тренінгових програм.

Ключові слова: глобалізація і туризм, проблеми в туризмі, тренінг-програми.

В останні десятиліття туристична освіта набуває особливої актуальності. Доцільною стає потреба вивчення та екстраполяції накопиченого досвіду, створення власної самобутньої національної структури, котра відповідала б нашим традиціям і водночас увібрала б в себе всі нові й сучасні напрямки.

Дослідження останніх років свідчать про суттєві трансформації на вітчизняному туристичному ринку. Формування антикризового потенціалу туристичних компаній передбачає потребу в підготовці фахівців-універсалів, які здатні поєднувати виконання багатьох професійних обов'язків та функцій, ефективно взаємодіяти з представниками інших культур, бути готовими до діяльності в полікультурному середовищі. Отже, зміни, що відбуваються в туристичному бізнесі України в умовах глобалізації, диктують необхідність удосконалення професійної підготовки майбутніх менеджерів туризму та запровадження в навчальний процес сучасних практико-орієнтованих технологій, які значно покращують практичну складову в підготовці професіоналів.

Разом з тим, в організації навчальної діяльності ВНЗ, що здійснюють підготовку фахівців туристичного профілю, існує низка проблем, що знижують ефективність практичної підготовки майбутніх менеджерів туризму. Серед них:

- зміщення акценту на теоретичну складову підготовки, недосконалість навчальних планів (недостатньо кількості часу на відпрацювання практичних навичок, проходження студентами практики тощо);
- недостатній рівень усвідомленості про існуючі професійні проблеми, що потребують практичних рішень;
- складнощі при пошуку виробничого майданчику, для відпрацювання набутих студентами навичок, недостатній рівень зв'язків з підприємствами;
- труднощі в забезпеченні підвищення кваліфікації викладачів спеціальних дисциплін тощо.

Одним із шляхів подолання цих недоліків є впровадження в навчальний процес тренінгових технологій. Однак, існує проблема розробки організаційно-педагогічних засад впровадження практико орієнтованих технологій навчання, зокрема тренінгових, у професійну підготовку майбутніх менеджерів туризму в рамках стратегії соціального партнерства та пошук оптимальних форм взаємодії ВНЗ із туристичним компаніями-партнерами, як потенційними роботодавцями.

Останнім часом вітчизняний туристичний ринок зазнав чимало прикладів банкрутства підприємств, у тому числі й з причини невмілого та неефективного управління, низького рівня кваліфікації менеджерів усіх рівнів, неспроможності бути стійкими та гнучкими до випробувань ринкової економіки. В галузі спостерігається нестача професійних топ-менеджерів, проект-менеджерів, бренд-менеджерів, кризових менеджерів. І це негативно впливає на розвиток вітчизняної індустрії туризму.

На порядку денному постає питання підготовки так званих «сімейних» чи «корпоративних» менеджерів, котрі супроводжуватимуть туристів-індивідуалів чи колективних замовників протягом тривалого часу, стануть особистими провідниками в сфері глобальних туристичних послуг. Це вимагатиме від майбутніх фахівців сфери туризму не тільки вдосконалення знань про психологію людини, зміни в її споживчих потребах та інтересах, але й постійного підвищення інформаційного рівня, мобільності, професійної гнучкості, володіння знаннями, пов'язаними з культурою, історією, традиціями країни, з представниками якої працює менеджер туризму.

На рівні держави задекларовано важливий принцип забезпечення галузі висококваліфікованими кадрами [1; 2], але реальні кроки щодо розвитку кадрового потенціалу сфери туризму та діяльності курортів поки що залишаються на рівні проектів [3].

Важливим завданням професійної спеціалізації студентів старших курсів є формування і розвиток у них комплексу умінь і навичок, необхідних для конкретної практичної діяльності.

Навчання у виші має великі можливості для вирішення цих завдань, особливо під час семінарних занять, виробничої практики і спеціально організованих тренінгових програм. Різноманітні тренінгові програми можуть мати багатоаспектний зміст і призначення. Насамперед, при плануванні тренінгу слід врахувати моделювання професійних умінь майбутніх фахівців сфери туризму, тобто «навчання в діяльності». Такий тренінг передбачає входження в практичну діяльність, він може здійснюватись як в навчальному закладі, так і безпосередньо на фірмі. За умови останнього здійснюється тристороння взаємодія викладача, співробітників фірми та студентів [4]. У цьому випадку викладач виступає в ролі організатора і консультанта, він є не тільки ретранслятором готових знань, що формують професійну компетентність майбутніх менеджерів туризму, а й спрямовує зусилля групи студентів на розв'язування типових проблем в їх майбутній роботі, виявляє потенціал і здібності студентів самостійно вирішувати складні типові і нестандартні ситуації. Зазначимо, що головною метою тренінгу є не тільки набуття нових знань і навичок, а й формування комунікативних умінь, навичок взаємодії, спілкування, уміння розуміти і стимулювати до розуміння інших членів групи.

Для того, щоб тренінг досяг своєї мети, він повинен відповідати таким вимогам:

- визначення основної мети;
- врахування базових теоретичних знань студентів;
- використання інноваційних технологій навчання, які сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів, їх самостійності;
- високий рівень фахової і методичної компетентності викладача-тренера;
- забезпеченість тренінг-навчання матеріально-технічними засобами, обладнанням, офісною технікою, документацією, навчальними матеріалами;
- визначення критеріїв оцінювання [5].

Отже, можемо констатувати, що використання тренінгових технологій є доцільним для підвищення рівня практичної складової в професійній підготовці як ефективного навчального засобу в умовах впровадження практики соціального партнерства.

Забезпечення сфери туризму кваліфікованими, фахово-орієнтованими кадрами підвищить якість обслуговування туристів, створить передумови для збільшення туристичного потоку поліпшення туристичного іміджу держави.

Список використаних джерел

1. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 р. №31, ст. 241. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/szow/324/95-BP>.

2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 р. №1282-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – №50. – С. 34-55.
3. Проект державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015рр. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/doc.aspx.538>.
4. Бондарева Л.І. Навчальний тренінг як засіб професійної підготовки майбутніх менеджерів організацій в економічних університетах: автореф. десерт. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук.: спец. 13 00 04 «Теорія і методика профес. освіти» / Л.І. Бондарева. – Київ, 2006. – 21 с.
5. Торн К., Маккей Д. Гренинг. Настольная книга тренера / Кейн Торн, Девид Маккей. – СПб.: «Питер», 2001. – 208 с.

Summary. *This paper deals with problems of the modern tourist business and need an introduction to university curricula of training programs.*

Key words: *globalization and tourism, the problems in tourism training program.*

УДК 338.48:338.488.3:327

Буга О., д.э.н., профессор Бельцкого государственного университета им. «Алеку Руссо» (Республика Молдова)

Бырля С., д.э.н., доцент Кагульского государственного университета

МЕСТО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Международный туризм является важной сферой туризма в Республике Молдова. Динамика развития данной сферы с каждым годом все более возрастает. Это способствует созданию новых рабочих мест, а также увеличению доходов. Цель этой статьи заключается в анализе этой сферы туризма и выявлении ее значимости.

Ключевые слова: *сфера, туризм, туристический продукт, услуга.*

Место международного туризма в системе международной торговли услугами в значительной степени определяется его долей на мировом рынке. Как известно, ведущие места в системе глобальной торговли услугами занимают туризм (26,4%) и транспорт (22,8%). Причем на долю туризма в 2009 г. приходилось 5,1% мирового экспорта товаров и услуг.

Вторым, по объему мирового экспорта услуг, является транспорт. Это многоотраслевая сфера, включающая транспортировку пассажиров и грузов различными видами транспорта (воздушный, автомобильный, железнодорожный, внутренний водный, морской, городской электрический, трубопроводный и пр.). Статистические классификаторы включают в транспорт также обслуживание и эксплуатацию транспортного (дорожного) хозяйства. Транспортировка, по данным ВТО, занимает около 25% мирового рынка экспорта услуг.

Доля туризма изменялась от 28,9% в 1990 году до 33,4% в 2000 году и 26,4% в 2009 году. В транспорте была несколько иная тенденция (24,6%, 20,6% и 22,8% соответственно). Суммарно же эти две сферы международных услуг теряют свой удельный вес (53,5% в 1990 году, 54,0% в 2000 году и 49,2% в 2009 году) в пользу более активно продвигающихся на рынок услуг видов деятельности (коммуникационные услуги, компьютерные и информационные услуги, страхование, финансовые услуги, бизнес-услуги, персональные, культурные и рекреационные услуги).