

МОДЕЛЬ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА СФЕРИ ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ

MODEL OF THE MODERN HEAD OF TOURISM IN THE TRAINING SYSTEM

БАБИЧ В.А., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*
**Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка**

Як відомо, туризм грає одну з головних ролей у світовій економіці, забезпечуючи десятку частину світового валового національного продукту. Ця галузь економіки розвивається швидкими темпами й у найближчі роки стане найбільш важливим її сектором. Туризм є невід'ємною частиною життя суспільства, будучи в сучасну епоху феноменом світового масштабу. В даний час в рік відбувається більше 900 мільйонів туристських поїздок. На економічному рівні він являє собою потужну світову індустрію, що займає до 10% світового валового продукту. У сфері соціальних відносин туризму відводиться особливе місце, тому що кожен 15-й чоловік в світі так чи інакше пов'язаний з індустрією туризму.

Ключові слова: керівник туристичної сфери, управління, структура управління, напрямки вдосконалення структури управління, туристичне підприємство.

As you know, tourism plays a major role in the world economy, providing a tenth of world gross national product. This sector of the economy is developing rapidly and in the coming years will become its most important sector. Tourism is an integral part of society, being a global phenomenon in the modern era. Currently, more than 900 million tourist trips a year. At the economic level, it is a powerful global industry, accounting for up to 10% of world gross domestic product. In the field of social relations, tourism has a special place, because every 15th person in the world is somehow connected with the tourism industry.

Key words: head of the tourist sphere, management, management structure, directions of improvement of the management structure, tourist enterprise.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм – один з найбільш динамічно розвинених і перспективних напрямків у сфері послуг, який може стати локомотивом соціально-економічного розвитку цілих регіонів України. Тому зараз туристичній індустрії у всьому світі потрібні професійно підготовлені кадри [10]. Система підготовки кадрів функціонує в рамках системи освіти, під якою розуміється сукупність системи спадкоємних освітніх програм і державних освітніх стандартів різного рівня й спрямованості, мережі освітніх установ незалежно від їх організаційно-правових форм, типів і видів, а також системи органів управління освітою і підвідомчих їм установ та організацій.

Проблема підготовки кваліфікованих кадрів для галузі стоїть гостро. У туристичному бізнесі, як і будь-якому іншому, потрібні професійні кадри різного рівня – від секретаря до керівника. Оскільки туристична діяльність тісно пов'язана з роботою з людьми, дуже важливо, щоб усі співробітники складали єдине ціле, одну команду, були дружельюбно налаштовані по відношенню до клієнта, могли замінити один одного. Основними фігурами є менеджери туристичної сфери, які повинні вміти складати різноманітні групові та індивідуальні тури, чітко відстежуючи пропозиції і попит.

Крім того, потрібно бути дуже терплячими та хорошими психологами, щоб знайти підхід до кожного і кожного задовольнити. Менеджери напрямів і турів, як правило, спеціалізуються тільки на певних країнах або видах турів. Робота в службі бронювання вимагає чіткості, швидкості реакції, комунікабельності й, звичайно, відмінного знання справи. У невеликих турфірмах менеджери, як правило, зайняті всім – і турами, і бронюванням, і оформленням віз і

* Науковий керівник – Нагаєв В.М., д.п.н., професор

страховок. У великих компаніях кожним і напрямків займається окремий менеджер або група менеджерів [9, с. 24].

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в комплексному обґрунтуванні сучасних теоретико-методологічних підходів та методів щодо визначення компетентнісної структури моделі менеджера туристичної галузі та методів підготовки кадрів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний керівник сфери туризму - особа яка займається розробкою організаційної структури і приведенням її у відповідність до цілей підприємства і вимог зовнішнього середовища. Він відповідає за продаж туристичних турів, подорожей, поїздок тощо. Забезпечує виконання планів з продажів туристичного агентства та керує роботою співробітників турфірми. Керівник туристичного агентства організовує, керує та координує роботу туристичної фірми. Також - надає послуги індивідуальним та корпоративним клієнтам у сфері внутрішніх та закордонних туристичних і ділових поїздок.

Керівник сфери туризму - це спеціаліст, який професійно займається управлінською діяльністю. Це означає, що він обіймає постійну посаду на підприємстві і має повноваження приймати управлінські рішення у певній сфері діяльності цього підприємства. Сучасний менеджер, який управляє туристичною фірмою - інноваційний керівник, котрий повинен мати широкий світогляд і системне нестандартне мислення; розуміти внутрішній взаємозв'язок факторів, які діють на фірмі, та їх взаємодію із зовнішнім середовищем; мотивувати працівників на досягнення поставлених цілей, орієнтуючись у своїй управлінській діяльності насамперед на людину.

Здатність управляти собою – це важливе вміння людини, яка є фундаментом для відповідальності, амбіцій, знань та інших якостей успішної людини, тому що без уміння управляти собою ви ніяк не зможете стати керівником туристичної сфери чи взагалі будь-якого підприємства, емоції та вміння тримати себе під контролем - це основа всього.

На сьогодні день цілком очевидно, що попит на отримання професій туристичної галузі постійно зростає. Організований маркетинг попиту на ринку праці дозволяє освітнім установам оперативно реагувати і вносити відповідні зміни до змісту професійної підготовки. Відомо, що вторинними споживачами послуг ВНЗ є роботодавці, надають роботу випускникам ВНЗ. На своєму робочому місці випускник застосовує отримані ним знання, вміння, компетенції, реалізує себе як фахівець (майстер своєї справи). Організації, що приймають на роботу випускників ВНЗ, висувають певні вимоги до якості їхньої підготовки. Це знаходить відображення в конкретних заявках із зазначенням кваліфікаційних вимог до майбутніх працівників, а також у тому, що керівники підприємств, представники роботодавців беруть участь у підсумковій атестації випускників. Роботодавці через деякий проміжок часу мають можливість об'єктивно оцінити якість випускників за їхнім умінням кваліфіковано виконувати свої професійні обов'язки, за їхнім професійним зростанням [8, с. 18].

Сучасний менеджер туристичної галузі повинен мати: знання сучасних інформаційних технологій та засобів комунікації, необхідних для управлінського персоналу; ораторські здібності та вміння чітко висловлювати думки; володіння мистецтвом управління людьми; вміння підбору та підготовки кадрів, регулювання відносин серед підлеглих; здатність налагоджувати стосунки між фірмою та її клієнтами, управляти ресурсами, планувати і програмувати подальшу діяльність; здатність до самооцінки власної діяльності, вміння робити правильні висновки та підвищувати кваліфікацію; вміння не тільки оцінювати теоретичні знання, але й застосовувати навички на практиці. Крім того, керівники туристичних компаній повинні вміти впливати на оточуючих шляхом створення вдалого першого враження, розвитку взаєморозуміння, досягнення довіри і прояви турбот до оточуючих. Це особливо необхідно менеджерам по персоналу в комерційній роботі під час закупок і продажу товарів та ведення переговорів [2-6].

Особливого значення у компетентнісній структурі керівника туристичної галузі мають знання психології управління [7]. Управління персоналом - це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей, як організації, так і індивідуальних (особистих). Без знання потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій підлеглих неможливо здійснювати ефективний вплив на персонал організації. Великі зрушення у кадровій роботі викликало впровадження нових технологій у менеджменті на основі системного підходу

у вирішенні управлінських завдань. Керівник для своїх підлеглих - об'єкт наслідування. У ньому відбуваються перетворені тією чи іншою мірою дії, ідеали, риси особистості, манери поведінки і звички. Наслідування за своїм механізмом може бути неусвідомлюваним і свідомим. Тому керівникові потрібно бути дуже уважним і не допускати, щоб підлегли наслідували його негативні вияви, і, передусім, бути позитивним прикладом для підлеглих.

Важливим елементом позиивного іміджу керівника є його зовнішній вигляд та іміння сконструювати свій образ ділової людини, що визначається спеціальними знанням ділового етикету [1]. Формулу професійної зовнішності, іміджу можна визначити таким чином: доглянута людина, яка поводить себе впевнено та гідно й одягнута відповідно до професійної ролі, яку вона виконує, а також відповідно до часу, місця й характеру події. Слід завжди пам'ятати, що одяг - свого роду візитна картка не лише певної особи, але й установи, яку вона представляє. У офіційно-ділових відносинах дуже важливо відповідати загальноприйнятому іміджу дипломата, політика, бізнесмена тощо. Одяг для офіційно-ділового спілкування повинен бути якісним і відрізнятися розумною консервативністю (відсутністю яскравих кольорів, екстравагантного крою), що, однак, не означає повного нехтування модою.

Професійна підготовка менеджерів, фахівців з туризму повинна ґрунтуватися на особливостях підприємницької діяльності у сфері туropolерейтінгу і спиратися на принципи педагогічної дидактики. У ній також велике значення має приділятися практичним навичкам. Тому не викликає сумніву той факт, що вдосконалення навчання пов'язане, насамперед, із розробкою якісно нових підходів до вирішення завдань управління цим процесом. Щоб ефективно управляти процесом підготовки спеціаліста у ВНЗ, потрібно чітко бачити орієнтир і кінцеву мету такої підготовки [9; 10].

Зазвичай орієнтиром виступає кваліфікаційна характеристика фахівця з тієї чи іншої спеціальності. Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що зазначені вище проблеми, якщо і не беруть свій початок, то у всякому разі, погіршуються відсутністю професійних знань у більшості менеджерів туристичного ринку. Однією з основних проблем розвитку туризму в нашій країні можна вважати нестачу кваліфіковано підготовлених кадрів. Це підтверджує необхідність організації і вдосконалення спеціального туристського освіти, підготовки кваліфікованих кадрів, здатних підняти туризм до висот міжнародного рівня за допомогою оптимального проектування навчального процесу та дидактично адекватного комплексу навчально-методичної літератури. Підвищення ефективності підготовки професійних кадрів туристської кваліфікації в значній мірі обумовлено взаємозв'язками з практичною діяльністю, технологічними процесами сучасного туropolерейтінгу. Програма навчання та проектування підручників повинні враховувати особливості туристського ринку, реагувати на динаміку туристського ринку і повинні бути зорієнтовані на функції туристської організації на ринку туристських послуг [8, с. 102].

Висновки. Щоб дійсно стати висококваліфікованим керівником у сфері туризму, людині треба докласти багато зусиль, так як від неї буде залежати успіх всієї компанії, за керівником стоїть прийняття всіх важливих рішень. Щоб стати керівником туристичної фірми, треба мати чималий досвід роботи з клієнтами, розуміти їх настрій та знатися на психологічній структурі особистості. Керівник повинен бути впевненим у собі, авторитетним в колективі, добре розумітися в усіх сферах тур бізнесу, стресостійким.

Модель сучасного керівника в сфері туризму визначає – такого фахівця висококваліфікованим спеціалістом, здатним управляти своїми емоціями, завжди тримати ситуацію під контролем, мати досяжну ціль, прагнення до особистого зростання та розвитку, а також бути винахідливим, здатним впливати на оточуючих, знати сучасні теорії управління та орієнтуватися в них, мати здібності до навчання своїх підлеглих, вміти вирішувати проблеми в колективі, проводити ділові збори та наради з метою ефективної роботи організації, бути охайним, вихованим, та мати гарні манери.

Специфіка туристичної освіти полягає в її багатогранності, яка готує кадри різних спеціальностей і напрямків економічного, технічного, технологічного, управлінського, наукового й інших профілів. Туристична освіта являє собою складний, механізм, що постійно вдосконалюється та дозволяє активно впроваджувати інноваційні програми для підготовки



кадрів туризму і використовувати закордонний досвід.

Література.

1. Бугай Н., Прохоренко Н. Український етикет: посібник для учнів старших класів і профтехучилищ, студентів та широкого кола читачів / Н. Бугай, Н. Прохоренко. – К.: Прозоро, 2002. - 188 с.
2. Галушко В. Діловий протокол та ведення переговорів: навч. посіб. / В.П. Галушко. - Вінниця: Нова книга, 2002. - 222 с.
3. Ділове спілкування: підручник / Національний банк України. - К., 2003. - 122 с.
4. Етикет ділового спілкування / Уклад. Н.І.Морозова // Вінницька держ. універс. б-ка ім. К.А.Тімірязєва. - Вінниця, 2005. - 20 с.
5. Коваль А. Ділове спілкування: навч. посібник/ А. Коваль. - К.: Либідь, 2003. - 567 с.
6. Мельник Л. Психологія управління: курс лекцій / Л. Мельник. - К.: МАУП, 2002. - 171с.
7. Михайличенко Г. І. Фахове забезпечення галузевих стандартів вищої освіти з напрямів „Менеджмент”, „Туризм” / Г. І. Михайличенко // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: зб. наук. праць. – К.: Тонар, 2007. – 76 с.
8. Сакун Л. В. Теорія и практика підготовки спеціалістів сфери туризму в развитих країнах мира: [монографія] / Л. В. Сакун. – К.: МАУП, 2004. – 285 с.
9. Пазенок В. С. Туризмолія: концепти теорії туризму / В. С. Пазенок // Матеріали VII-х аспірантських читань „Туризмолія: концепції та термінологічно-понятійний апарат”. – К.: КУТЕП, 2006. – 185 с.
10. UNWTO World Tourism Barometer, volume 4 – WTO: Madrid – 2008. – 12 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.unwto.org.



УДК 339.5

ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ СУБСИДІЮВАННЯ ДЛЯ ОСНОВНИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ УКРАЇНИ

POSITIVE AND NEGATIVE CONSEQUENCES OF SUBSIDIZATION FOR THE MAIN STAKEHOLDERS OF UKRAINE

**ОЛІЙНИК А.П., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти*
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

У статті наведено обґрунтування необхідності та основні напрями державної підтримки аграрного сектору. Окреслено позитивні та негативні наслідки субсидування для основних стейкхолдерів в Україні. Встановлено, що єдина модель, яка сприятиме стійкому економічному зростанню в агросекторі – це скасування прямих субсидій з переорієнтацією підтримки на науково-дослідні розробки. І чим довше Україна буде зволікати зі скасуванням прямої підтримки, тим більшими будуть збитки для агросектору. Наразі в більшості розвинених країн регулюючі функції держави в аграрному секторі в основному спрямовані на підтримку стабільності економічної ситуації в сільському господарстві, підтримку рентабельності галузі та забезпечення продовольчої безпеки.

Ключові слова: державна підтримка, субсидії, аграрний сектор, стейкхолдер.

The article describes a justification for the need and main directions of state support for the agricultural sector.

* Науковий керівник – Антощенко В.В., к.е.н., доцент