



**АКАДЕМІЯ ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ**
03680, м. Київ, Кільцева дорога, 3 а



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМОЛОГІЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ ПРАКТИКИ

***Збірник матеріалів
науково-практичної конференції,
присвяченої 25-річчю Інституту туризму
Федерації профспілок України***



Київ

18 квітня 2019 р.

УДК 379.85

Тези викладено в авторській редакції. Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст.

Актуальні питання туризмології та туристичної практики: Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України (м. Київ, 18 квітня 2019 р.) [За ред.: Т. Сокол, Т. Семигіної]. Київ: АПСВТ, 2019. 133 с.

ISBN 978-966-614-088-6

У збірнику подано матеріали науково-практичної конференції «Актуальні питання туризмології та туристичної практики», яка відбулась в Академії праці, соціальних відносин у туризмі. Конференцію було ініційовано кафедрою спеціальних туристичних дисциплін і присвячено 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України. Провідні науковці, викладачі і студенти вищих навчальних закладів, практики туризму обмінялися результатами досліджень і аналізу практичного досвіду щодо розбудови туристичної сфери України в умовах сучасних викликів і трансформацій, розвитку туризмологічної науки, вимог до якості та напрямів підготовки кадрів.

Для науковців, викладачів, студентів вищих навчальних закладів, усіх, хто цікавиться питаннями теорії та практики туризму.

©Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2019

© Автори матеріалів, 2019

ПЕРЕДМОВА

Геннадій Науменко

25 років у туризмі..... 6

СЕКЦІЯ 1

ТУРИЗМ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ФЕНОМЕН: ПИТАННЯ НАУКИ, ОСВІТИ І ПРАКТИКИ

Маріанна Адамовська

Вітчизняний туризм у контексті світових тенденцій 8

Володимир Антоненко, Володимир Хуткий

Самостійні подорожі як альтернатива організованому туризму 10

Світлана Бабушко, Сергій Попович

Діджиталізація діяльності туристичних агенцій 13

Геннадій Балабанов, Віктор Сайчук,

Розвиток туризмології в Україні крізь призму дисертаційних досліджень 16

Світлана Гаврилюк

Особливості впровадження інформаційних технологій у сферу туристичного бізнесу.. **Ошибка! Закладка не определена.**

Олександр Гладкий

Особливості впровадження інформаційних технологій у сферу туристичного бізнесу..... 23

Валентина Іванова

Цифрова економіка та туристична сфера 26

Zoia Ivanova, Dejan Berić

Ukraine as a tourist destination – a new marketing approach for tourism development 28

Валерія Костинець

Ключові аспекти digital-трансформації в туризмі 29

Ольга Любіцева

Можливості запровадження дуальної освіти в туризмі..... 31

Наталія Маковецька, Дарина Люта

Туризм як явище суспільного життя..... 34

Тетяна Медведовська, Тетяна Раціна

Сучасна туристична індустрія: проблеми та перспективи розвитку 36

Людмила Мелько

Професійні студії як ефективна форма підготовки фахівців туристичної сфери..... 39

Ганна Михайліченко

Подорожі за враженням, або перспективи збуту emotional-experience турів 42

Олена Міхо

Професійна підготовка студентів за освітньою програмою «екскурсійна та анімаційна діяльність в туризмі» ... 44

Інна Нестерчук	
Гастрономічний фестиваль та його значення для брендингу території у контексті вірменської культури	47
Ірина Сидоренко	
Стратегічні управлінські рішення щодо розвитку туризму в Україні	50
Анна Сидорук	
Стажування як основа практичної підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери.....	53
Ігор Смирнов	
Вірменська спадщина у польщі як туристичний ресурс.....	56
Тетяна Сокол	
Сучасні виклики в туризмі і туристичній освіті	60
Наталія Турло, Світлана Мархонос	
Вебінари як спосіб налагодження комунікацій у туристичній сфері.....	63
Тамара Усатенко	
Міждисциплінарність туризму, туризмознавства: постнекласичні практики	66
Оксана Фастовець	
Основні потреби та цінності туристів з Індії.....	69
Галина Щука	
Чому підприємства сфери туризму не задоволені випускниками вишів	73

СЕКЦІЯ 2

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕНЬ У ТУРИСТИЧНІЙ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ: ПОГЛЯД МОЛОДИХ

Євгенія Алабаш, Леоніла Ткачук	
Актуальні виміри проблеми овертуризму	76
Світлана Батиченко, Юлія Сальчук	
Природні комплекси як основа розвитку екологічного туризму.....	79
Світлана Гісем, Олександр Донцов	
Рекреаційно-туристичний потенціал туреччини на прикладі її середземноморського регіону.....	82
Анастасія Грищук	
Міста України як об'єкт студентських відвідувань.....	85
Олександр Дейнека, Валерія Костинець	
Особливості сучасних трендів на світовому ринку туристичних послуг	87
Діана Дідик	
Самотній туризм: сутність поняття та перспективи розвитку в Україні.....	89
Софія Доброгорська	
Гастрономічний туризм очима студентів	91
Kateryna Dramaretska	
Development of tourism in china in view of cultural heritage.....	93
Марія Ільєнко, Кирило Сорохтей	
Круїзний бізнес в Україні та світі	96

Аліна Коваленко, Оксана Пустова	
Управління результативністю та ефективністю діяльності туристичного підприємства	99
Олександр Ковальчук	
Тенденції розвитку морського туризму в Україні	102
Євген Кудряшов, Тетяна Сокол	
Туристичний брендинг міста Києва	104
Вікторія Кузьменко	
Пріоритетні види туризму в аргентині	107
Марія Лесіна, Тетяна Сокол	
Боротьба зі шкідливими звичками як проблема підвищення продуктивності праці персоналу готелів .	110
Дмитро Матвієнко, Світлана Бабушко	
Сільський зелений туризм як сучасний туристичний тренд	113
Іван Москаленко	
Перспективні види туризму України та світу: індустріальний, військовий, космічний	115
Софія Норенко, Марина Барбара, Іван Москаленко, Іван Ткачук, Марина Рассохіна, Альона Козленко, Єлізавета Камінська, Тетяна Сокол	
Туристичний брендинг як вимога часу	118
Тетяна Помогаєва	
Оцінка туристичної привабливості середніх та малих населених пунктів Чернівецької області	121
Каміла Руцак	
Технології smart-city і туризм: використання європейського досвіду в Україні	124
Вероніка Сила	
Студент як важливий елемент формування фестивального туризму України	127
Ерміне Смян, Тетяна Сокол	
Вплив економічного стану країн на розвиток готельного господарства	129
Діана Чернописька	
Міграційні наміри серед студентства в контексті умов життя (результати анкетного опитування)	131

ЧОМУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ТУРИЗМУ НЕ ЗАДОВОЛЕНІ ВИПУСКНИКАМИ ВИШІВ

Галина Щука

*докт. пед. наук, професор,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II;
директор, оздоровчий комплекс «Жайворонок»*

В туризмі кадри вирішують якщо не все, то левову частку. Натомість на вітчизняному туристичному ринку питання якісного кадрового забезпечення тривалий час залишається актуальним. Якийсь час вирішення проблеми вбачали у відкритті окремого напрямку підготовки, потім – у збільшенні кількості випускників туристичних спеціальностей. Нарешті, маючи в кожному обласному центрі по кілька вишів, де займалися підготовкою фахівців сфери туризму, звернули увагу на необхідність вдосконалення стандартів підготовки, навчально-методичного забезпечення, підвищення кваліфікації викладачів туристичних дисциплін та ін. Поступово було визначено компетентності випускника, надруковано значну кількість підручників та навчальних посібників, посилено вимоги до викладачів, але працедавець продовжує наполягати на тому, що вітчизняний туристичний ринок все ще не забезпечений компетентними фахівцями.

Тривалий час питання підготовки фахівців сфери туризму цікавили автора як завідувача кафедри туризму, готельної та ресторанної справи Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, останні два роки – як директора оздоровчого комплексу «Жайворонок» (м. Берегове, Закарпатської обл.). Тому в цій публікації буде зроблено спробу дати відповідь на питання «Чому підприємства сфери туризму не задоволені випускниками вишів?»

Відразу відзначимо, що оздоровчий комплекс «Жайворонок» [1] – це сучасне туристичне підприємство, до якого належать термальні басейни, заклади розміщення, підприємства харчування тощо. Отже, мова йтиме, насамперед, про фахівців готельної, ресторанної та курортно-санаторної справи. Крім того, комплекс розташований у м. Берегове, що знаходиться за 7 км від кордону і живе за мадярськими традиціями. Тому висновки актуальні, насамперед, для цього конкретного регіону.

Всі без винятку роботодавці скаржаться на те, що випускника вишу після працевлаштування необхідно доучувати. Цілком очевидно, що на це витрачається людський, фінансовий та часовий ресурс. Тому що, по-перше, необхідно виділити наставника, по-друге, його праця має оплачуватися. Більш того, стажеру теж виплачується хоча б мінімальна заробітна плата, роботодавець повинен відразу його працевлаштувати і, відповідно, платити податки. По-третє, з першого погляду складно сказати, скільки часу піде на доучування.

В результаті, навіть, якщо не брати до уваги межові ситуації (когось неможливо навчити; інша людина опанувала необхідні навички, завдяки чому знайшла роботу за кордоном), великого бажання брати на роботу фахівця, який щойно отримав диплом, не виникає.

Проте ситуація не настільки безнадійна. З нашого погляду, деякі зміни в методиці викладання та змісті навчання можуть покращити рівень підготовки випускника до практичної діяльності в сфері туризму.

Насамперед, у процесі підготовки важливо орієнтуватися на потреби ринку. Вітчизняний туристичний ринок – це, переважно, дрібні та середні підприємства. Ми не маємо розгалуженої мережі ресторанів, великої кількості 4-5* готелів, тому більшість випускників змушені будуть працевлаштовуватися у невеликі заклади розміщення чи підприємства харчування.

Отже, основна помилка, на наш погляд, полягає в тому, що ми готуємо студента для роботи у великому готелі / престижному ресторані / відомому санаторному комплексі, де виробничі процеси вже вибудовані, посадові обов'язки чітко розподілені між кількома менеджерами, маркетологами, ейчаром та адміністраторами, існує система мотивації, запроваджені стандарти обслуговування, є можливості кар'єрного зростання (перелік можна продовжити) і, чи не найголовніше, передбачається висока зарплата.

Натомість, випускника чекають у невеликому підприємстві, де йому доведеться займатися питаннями підбору та навчання кадрів, поставками продукції, маркетинговою діяльністю, забезпеченням якості обслуговування, претензійною роботою тощо, і все це за мізерну (здебільшого) заробітну плату.

При цьому, якщо на великих туристичних підприємствах передбачається додаткове навчання менеджерів, починаючи з нижньої ланки, «заточення» їх під свої стандарти, то на дрібних і середніх це – велика рідкість: можливість підготувати заздалегідь кадровий резерв обмежується незначною кількістю працівників, рівнем їхньої освіти, і, нарешті, звичайним страхом менеджера втратити свою роботу, підготувавши достойну заміну.

На чолі великого підприємства стоїть професіонал, людина з відповідною освітою і значним досвідом роботи, фахівець, який знає свою справу. З дрібним і середнім бізнесом в країні трішки інакше. Досить часто заклади розміщення та підприємства харчування відкривають люди, які далекі від цього бізнесу, але мають гроші. Вони беруть на роботу дипломованого менеджера і очікують від нього відразу високих результатів роботи, постійно втручаючись у виробничий, не говорячи про управлінський, процеси. Далі – класика жанру: помилки приписуються менеджеріві, а досягнення здобуваються самі собою.

Кар'єрне зростання у невеликому готелі чи ресторані відсутнє, тому що «вище» за тебе – лише власник.

Під час навчання студент опановує Глобальну систему бронювання Амадеус, а прийшовши у готель – креслить «шахматку»; він може охарактеризувати кожен тип номеру TRPL, QDPL, APT, SNGL, DBL чи STD, але не може зрозуміти, за якою класифікацією розглядати номери в тому готелі, де працює; він знає, як сформувати команду однодумців, але змушений працювати з людьми, для яких прийти на роботу у тверезому стані – це вже подвиг тощо. Цей перелік протиріч можна продовжувати без кінця. Тому переходимо до конкретних пропозицій:

- При складанні навчальних програм орієнтуватися на потреби дрібного та середнього бізнесу. Управлінцю-початківцю потрібні не абстрактні теоретичні знання щодо менеджменту, а курси із лідерства, тренінги з розвитку емоційного інтелекту, практичні навички делегування повноважень, ведення переговорів, конкретні кейси систем мотивації тощо. Так, порівняно з академічною теорією, це дещо примітивні знання, але, як показує практика, саме їх не вистачає молодим спеціалістам.
- Навчальні плани складати з орієнтацією на потреби регіонального ринку. Так, з урахуванням великої кількості термальних мінеральних вод, закарпатським закладам

освіти, які готують фахівців сфери туризму, доцільно було б звернути увагу на курортно-санаторну справу.

- Викладачів туристичних дисциплін орієнтувати на проходження стажування (з відривом від основної діяльності) на підприємствах сфери туризму в своєму регіоні. Свідчення успішного стажування – впровадження інновацій (як варіант).
- Працювати над особистістю студента. Це має бути креативна людина, здатна комплексно, системно, критично мислити, приймати рішення, швидко опанувати нові знання, постійно розвивати свої навички. Іншими словами, треба спочатку звільнити випускника від пороків, прищеплених йому ЗНО, і далі формувати творчого фахівця. Також важливо готувати студентів до того, що починати працювати доведеться з адекватних для свого рівня посад, щоб запобігти завищеним очікуванням та неадекватним вимогам. Звертати увагу на вміння працювати в команді.

З іншого боку, маємо визнати, що підприємства сфери туризму в нашому регіоні потерпають через відсутність кваліфікованих кадрів. Основна причина – можливість знайти високооплачувану роботу за кордоном, нехай і низько кваліфіковану, і не за спеціальністю. В Україні випускники не хочуть працювати там, де можуть (низька заробітна плата, функціонал не співпадає зі здібностями), і не можуть там, де хочуть (немає відповідних компетентностей, які потрібні на високооплачуваній роботі, або ж потрібних зв'язків).

Ми не покладаємо великих надій на впровадження дуальної освіти. Як викладач можу сказати, що виші, при всьому бажанні, не можуть передбачити очікування компаній, хоча б тому, що потреби компаній великого, середнього і дрібного бізнесу будуть сильно відрізнятися. Але є така народна мудрість: «Дорогу здолає той, хто йде». Першим кроком може бути орієнтація навчального закладу на потреби регіонального туристичного ринку, де переважають підприємства дрібного та середнього бізнесу. Не декларування, а постійна комплексна, системна робота викладачів кафедр туризму з туристичними підприємствами. Зрозуміло, наразі простіше організувати стажування студентів у Туреччині, виправдовуючись тим, що на вітчизняних підприємствах вони нічому не навчаться. Але якщо ми хочемо розвивати туризм в Україні, важливо, щоб наука повернулася обличчям до практики. І тоді працедавці ставатимуть у чергу за випускниками і разом ми зможемо реалізувати чудове гасло «Свій до свого по своє».

Список використаних джерел

1. Оздоровчий комплекс «Жайворонок». URL: <https://zhayvoronok.net/>

**Академії праці,
соціальних відносин і туризму**

Наукове електронне видання

Підписано до друку 15 квітня 2019 р.

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМОЛОГІЇ
ТА ТУРИСТИЧНОЇ ПРАКТИКИ**

***Збірник матеріалів
науково-практичної конференції,
присвяченої 25-річчю Інституту туризму
Федерації профспілок України***

Комп'ютерна верстка — ФОП Самсон О.М.
Свідоцтво В01 №566073 від 04.11.2002 р. тел. 050-355-21-20

Видавництво «Академія праці, соціальних відносин і туризму»
Свідоцтво КВ № 21787-11687ПР від 21.12.2015 р.
м. Київ, Кільцева дорога, 3-А, Київ-187,
МСП, 03187, Україна, тел./факс (044) 526-15-45; e-mail: edit@socosvita.kiev.ua