

В. О. Матюхін, канд. техн. наук, доц.

(Прикарпатське відділення МАУП, м. Львів)

Я. М. Кашуба, начальник голов. упр. молодіжної політики спорту та туризму

(Львівська обласна державна адміністрація)

ІНОВАЦІЙНИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЕКТ ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Наукові праці МАУП, 2002, вип. 3, с. 327–329

В умовах ринкової економіки успіх туристичних організацій залежить від рівня професійної підготовки кадрів, насамперед керівників. Ідея розробки навчального проекту туристичного менеджменту пов'язана, з одного боку, з динамікою росту туристичної індустрії, з іншого — з наявністю системи професійної підготовки в туристичній галузі провідних країн світу. Так, у 2000 р. у Прикарпатському регіоні обслуговувались 115 тис. туристів. Порівняно з 1999 р. їхня кількість зросла на 27 %, відповідно на 79 % зросла сума перерахувань коштів до бюджету. В європейських країнах створена потужна база системи професійної підготовки в галузі туризму. Наприклад, у Швейцарії діє Інститут економіки туризму і транспорту в м. Санкт-Галені, Дослідний інститут проблем вільного часу і туризму при Бернському університеті; в Німеччині — Європейський інститут проблем вільного часу і туризму при університеті м. Трира, Інститут проблем туризму в м. Штарнберг; у Москві — Російська міжнародна академія туризму та Інститут туризму і розвитку ринку Державної академії управління; в Україні — Київський і Донецький інститути туризму.

В дослідній частині проекту розглядався комплекс маркетингу туристичних послуг 7Р (рис. 1), запропонований у праці [2].

Аналіз взаємовідносин елементів комплексу 7Р дає змогу зробити два основних висновки. По-перше, організація і планування кожного елемента можлива в рамках стабільної “тріади” з урахуванням наслідків взаємодії як мінімум з трьо-

ма елементами комплексу. По-друге, основним елементом комплексу є Р1 — people (людина, персонал), який бере участь у взаємодії всіх тріад. Тому на етапі розробки проекту основну увагу приділено контингенту суб'єктів туристичної діяльності.

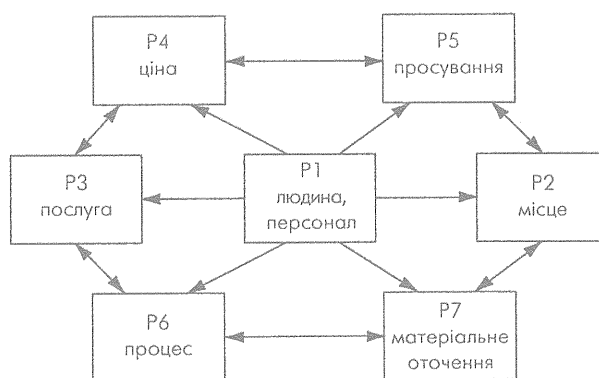


Рис. 1. Комплекс маркетингу туристичних послуг

Відповідно до положення “теорії зацікавлених груп” мета ефективного управління фірмою полягає в гармонізації конфліктних цілей юридичних і фізичних осіб, які мають безпосереднє відношення до фірми [1]. Менеджери туристичних організацій повинні намагатись не тільки максимізувати прибуток, а й забезпечити рівновагу між інтересами суб'єктів туристичної діяльності. Тому навчальні плани туристичного менеджменту розроблялися з урахуванням цілей та інтересів контингенту туристичних організацій (рис. 2).

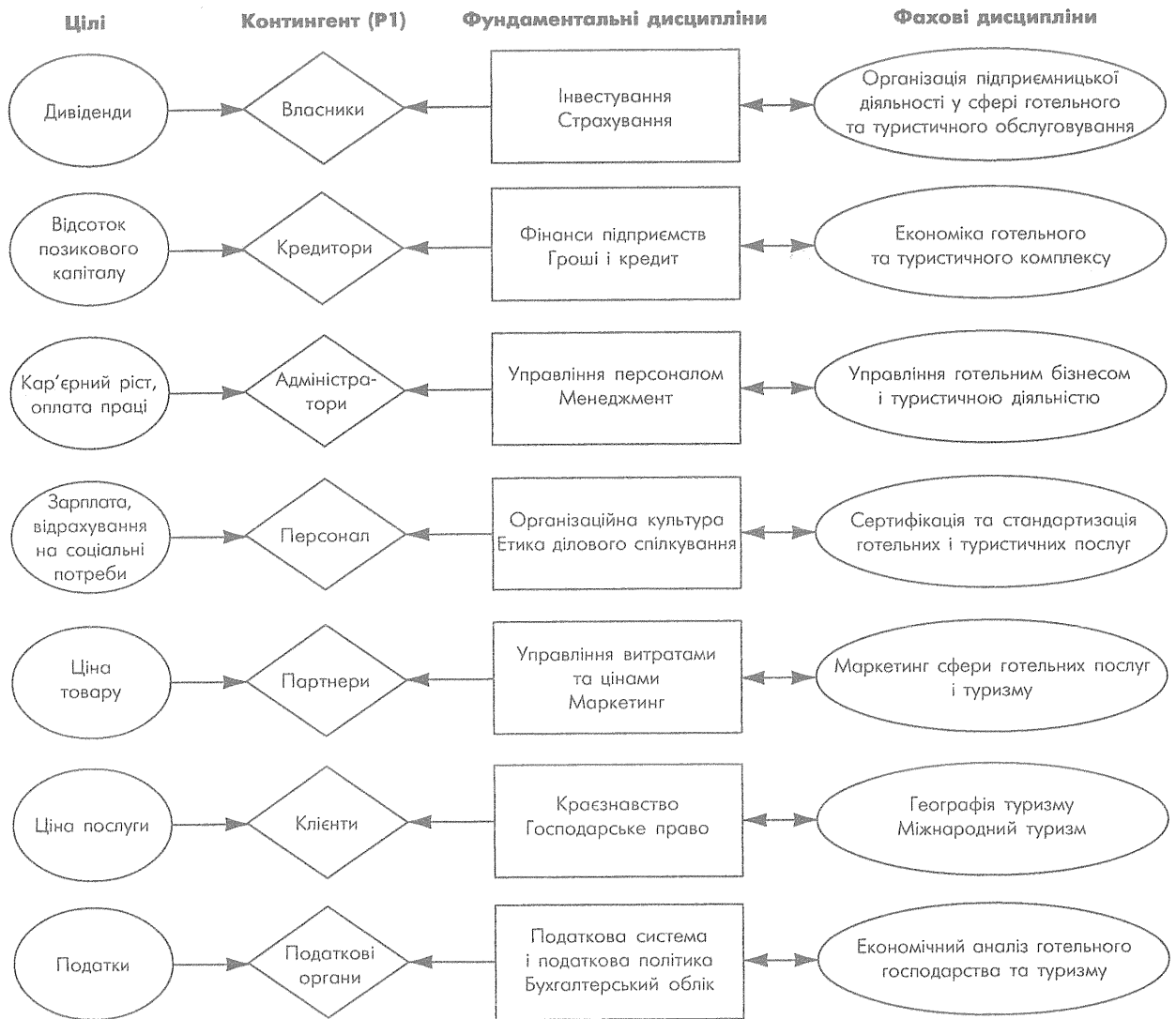


Рис. 2. Взаємозв'язок контингенту та навчальних планів з туристичного менеджменту

Навчальний проект упроваджувався на базі Прикарпатського відділення МАУП. Розроблені навчальні плани для освітньо-кваліфікаційних рівнів: молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст; кваліфікації: бакалавр і менеджер готельного бізнесу та туризму (рис. 3).

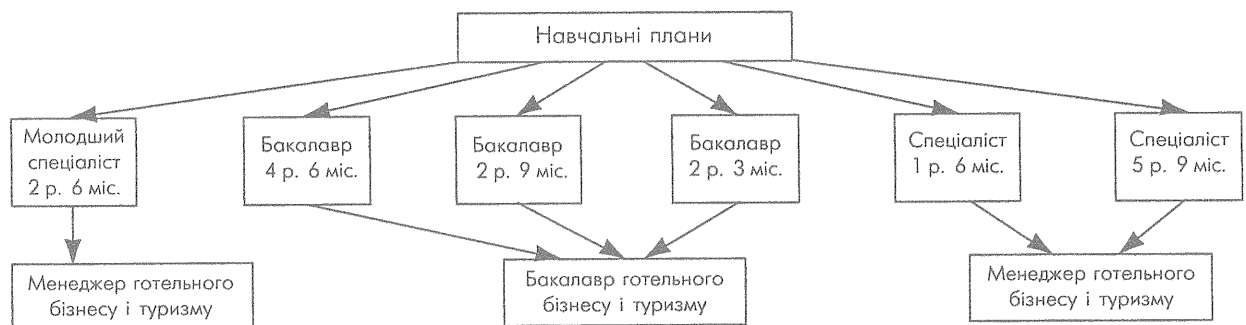


Рис. 3. Структура навчальних планів туристичного менеджменту

До професорсько-викладацького складу входять представники вищих закладів освіти (ВЗО), науково-дослідних інститутів і спеціалісти туристичної галузі (рис. 4).

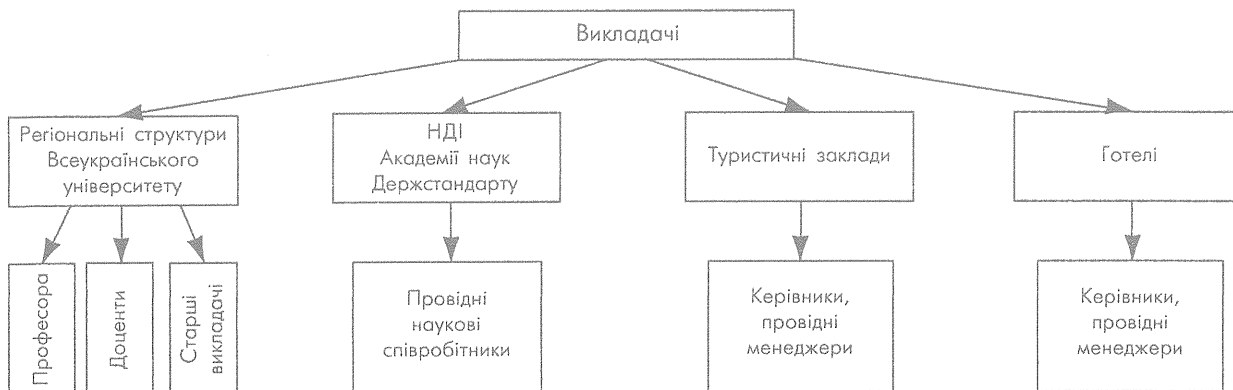


Рис. 4. Структура викладацького складу туристичного менеджменту

Відповідно до розроблених навчальних планів структура контингенту студентів представлена на рис. 5.

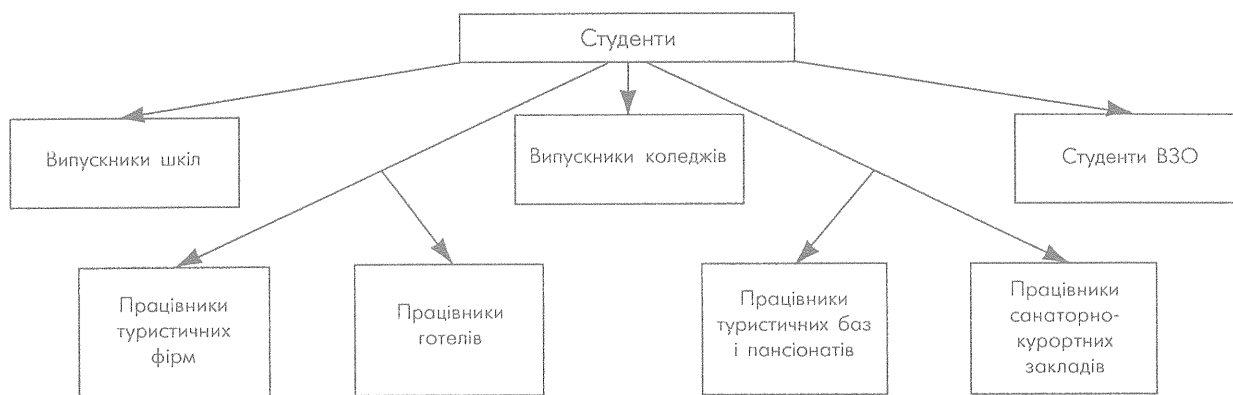


Рис. 5. Структура контингенту студентів з туристичного менеджменту

Література

1. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Матюхін В. О., Кашуба Я. М. Соціально-економічні аспекти ефективного розвитку туристичної індустрії // Інтеграція освіти, науки і виробництва: Матер. V міжнар. наук.-метод. конф. — Луцьк, 2001.