

**Романів О.Я., к.геогр н., доц.
доц. кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»**

**Ладюк О.Д., к.е.н., доц.
заст. начальника управління освіти і науки Рівненської ОДА,
начальник відділу виховної роботи та соціального захисту дітей,
Рівненська облдержадміністрація**

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УКРАЇНОЦЕНТРИЗМУ ТУРИСТИЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ НОВИХ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ПАНДЕМІЇ COVID-19

Першочерговим завданням, яке вбачають автори, є формування сучасного змісту туристичної освіти нашої держави на засадах такої мети: створення потужної україноцентричної системи туристичної освіти, яка відіграватиме ключову роль у відродженні туристичного бізнесу по завершенню кризи, породженої пандемією COVID-19, а що важливіше – така освіта стане вирішальним чинником піднесення внутрішнього і в'їзного туризму в Україні та підготує молодих професіоналів України до системних змін в умовах нових викликів глобалізації.

Зауважимо, що система туристичної освіти сучасної України включає в себе велику кількість приватних і посадових осіб, установ і організацій, закладів освіти різного рівня, пов'язаних з організацією і перебігом освітніх процесів. Студентська молодь, яка виступає колективним і множинним суб'єктом і об'єктом системи туристичної освіти, учасником освітніх і суспільних процесів та явищ, інтегрується в систему туристичної освіти. Також сучасна студентська молодь є майбутніми, а дехто і нинішніми учасниками українського і світового ринків праці. І лише за умови об'єднання усіх зазначених нами учасників довкола ідеї україноцентризму вбачаємо можливим удосконалення змісту туристичної освіти з метою подолання сучасних викликів, які стоять перед українським туристичним бізнесом. Тим паче, що ідея україноцентризму не суперечить ні ідеям мультикультуралізму, ні європейським цінностям, ні цінностям загальнолюдської цивілізації. Адже мета україноцентризму – не вивищення над іншими, а свобода своєї нації, її розквіт у сузір'ї інших націй. Саме в цьому контексті має бути побудований освітній процес в закладах, які готують туризмознавців.

Спалах коронавірусу COVID-19 ставить перед туристичним сектором серйозну проблему, що розвивається. ЮНВТО створила Глобальний кризовий комітет з туризму для керівництва сектором, реагуючи на кризу COVID-19. До складу Комітету входять представники держав-членів і членів ЮНВТО, а також Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО) та Міжнародна морська організація (ММО). Для забезпечення узгодженої та ефективної реакції приватний сектор представлений Міжнародною радою аеропортів (АСІ), Міжнародною асоціацією круїзних ліній (СІІА), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (ІАТА) та Всесвітньою радою туризму та туризму (WТТС).

У Мадриді 1 квітня 2020 р. ЮНВТО оприлюднила низку Рекомендацій, в яких закликає терміново і рішуче надати допомогу глобальному туристичному сектору не тільки оговтатися від безпрецедентного викилику COVID-19, але і «відростати краще». Рекомендації Глобального туристичного кризового комітету – це новий посібник, який пропонує 23 дієві рекомендації, розділені на три ключові області: управління кризою та пом'якшення наслідків; забезпечення стимулу та прискорення відновлення; готуючись до завтрашнього дня. [1]

Особливо наголосимо на третьому пункті, оскільки саме у ньому зауважується, що туризм має унікальну здатність лідувати у місцевому та національному зростанні, тому Рекомендації закликають надавати більше уваги внеску сектору в Порядок денний сталого розвитку. У тому числі, вважаємо, це стосується і освіти для сталого розвитку.

Новий зміст туристичної освіти повинен покласти край існуванню «українобайдухих» та «українопобіжних» туроператорів та турагентів у нашій державі. Тільки в таких умовах буде досягнуто показників, закладених у «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», де пріоритетами є внутрішній та в'їзний туризм.

Україна, українська дійсність, в т.ч. дійсність в контексті туристичного простору, досі часто нагадує для багатьох власних громадян (не лише для світової спільноти) загадкову «білу пляму». І це є потужним викликом для науково-педагогічного персоналу, залученого до підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. Адже фахівець, що не володіє достатніми знаннями про туристичний потенціал власної держави та інструментами його розвитку – це серйозні, погано прогнозовані ризики для суспільства.

В таких умовах має бути зроблено наголос у курсах професійної підготовки на висвітлення процесів і явищ життєдіяльності сучасного глобального суспільства і зокрема до глобалістики україноцентричної, до практичного застосування понять, ідей, теорій і моделей розвитку України як однієї з держав у складі глобального суспільства. У змісті як теоретичних, так і прикладних курсів насамперед має бути відображено те, що відбувається з самим українським туристичним простором і процесами, сутностями, об'єктами, структурами та явищами, які в ньому існують і розвиваються.

І студенти, і викладачі повинні глибоко усвідомити, що їхня діяльність органічно поєднує відповідальність за долю суспільства, держави, національної історико-культурної та природної спадщини, духовності, самобутності. Україноцентризм туристичної освіти є потужним механізмом зворотного зв'язку, завдяки якому набутий інтелектуальний капітал повернеться випускниками закладів освіти суспільству та сприятиме соціально-економічному поступу туризму України.

Список використаної літератури:

1. «SUPPORTING JOBS AND ECONOMIES THROUGH TRAVEL & TOURISM». – URL : https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf

**Романів О.Я., к.геогр.н., доц.
доц. кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Державний університет «Житомирська політехніка»**

WIZER.ME – СЕРВІС ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ДРУКОВАНИХ ЧИ ЕЛЕКТРОННИХ ФОРМ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ В УМОВАХ ТРАДИЦІЙНОЇ ТА ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМ ОСВІТИ

Зростаючі вимоги до особистості фахівця спонукали останніми роками до пошуків нових моделей, технологій, інноваційних підходів, форм, методів та засобів навчання студентів. На думку науковці і практиків, формування та розвиток особистісних і професійно значущих компетентностей у процесі підготовки майбутнього фахівця є найбільш ефективними за умови використання в освітньому процесі інтерактивних технологій навчання.

Інтерактивні друковані або електронні форми – це робочі сторінки, які пропонуються студентам для опрацювання під час вивчення навчальної дисципліни. У своїй практичній педагогічній діяльності за багато років особисто переконалася у дієвості та надзвичайній продуктивності такого засобу навчання. На подібному аркуші можна розмістити навчальний матеріал, поєднуючи його з різними типами завдань для студентів. Такі розробки зручно використовувати як під час лекційних, так і під час практичних та лабораторних занять з навчальних дисциплін, а також під час проведення поточних та підсумкових контрольних заходів. Вони можуть виконувати роль тренажерів, виступати в якості домашнього завдання. При цьому досягається економія часу на заняттях, вдається уникнути значної кількості помилок під час конспектування лекцій студентами, посилюється мотивація навчальної діяльності, студенти забезпечуються якісними дидактичними матеріалами. А з появою онлайн-сервісів у відкритому інформаційно-освітньому середовищі для створення електронних форм інтерактивних сторінок додатково виконується ще й функції автоматичного оцінювання навчальних досягнень студентів та зворотного зв'язку із викладачем. Також інтерактивні форми можна використати з метою реалізації технології «перевернутого класу». І в аудиторії вивільняються резерви вільного часу на те, щоб попрацювати над помилками, обговорити складні та дискусійні моменти теми, що вивчається.

Отже, розглянемо методологію створення інтерактивних форм за допомогою сучасного сервісу Wizer.me. Цей сервіс поєднує у собі частину функціоналу із декількох добре знайомих пересічному користувачеві Інтернет інтерактивних ресурсів: документи Google, форми Google, LearningApps та інших. Девіз сервісу: «Здивуйте студентів більш інтелектуальними робочими листами».

На інтерактивну форму в Wizer.me можна розмістити не лише текст, але й відео (за посиланням з YouTube), і графіку можна вміщувати, і записані голосові повідомлення прикріпити. Для контролю знань є змога вставити вправи на сортування, на відповідність, тести. Також додаються й відкриті запитання, відповіді на які можна сюди і вписувати, або ж прикріпити фото виконаної в зошити письмової роботи.

Про які особливості роботи з Wizer.me слід пам'ятати, починаючи працювати із сервісом? Наголосимо на них:

1. Для початку роботи з сервісом пройдіть за покликанням <https://app.wizer.me/> Можна зайти через Google, Edmondo чи Microsoft-акаунт. Для створення акаунту натискаємо «Log in». Якщо жодного з перелічених акаунтів не маєте, то обираєте «Sign up!» та проходитье відповідну реєстрацію.

2. Наступний крок – обираємо роль, в якій заходите у сервіс: «Вчитель» чи «Студент». Отож, кожен студент має бути також зареєстрований у цьому сервісі, щоб користуватися електронними формами.

3. Після входу в систему автоматично відкриється вкладка, на якій викладач зможете натиснути «create a worksheet» та створити новий інтерактивний робочий аркуш. Роботу по створенню слід розпочинати з вкладки «CREATE&EDIT» у верхньому меню. Слід вказати назву листа електронної форми, а із запропонованих варіантів можна обрати дизайн, а також додавати інтерактивні завдання із наявної колекції.

Завдання, які можна додати в інтерактивну форму:

- open question – відкрите питання;
- multiple choice – вікторина;
- blanks – текст з пропусками;
- fill on an image – знайти на зображенні;
- matching – завдання на з'єднання пар;
- table – додавання таблиці (наприклад, для завдань так / ні);
- sorting – сортування;
- draw – поле для малювання;

- text - щоб додати текст;
- image додавання картинки;
- video – додавання відео;
- link – додавання посилання;
- embed – вставка коду з іншого Інтернет-ресурсу, наприклад Slideshare, Google-карта тощо;
- discussion – поле для дискусії чи повідомлень;
- reflection – рефлексія (активне лише для платних аккаунтів).

Перед завершенням розробки форми інтерактивного аркуша є можливість здійснити його попередній перегляд (працює вкладка «REVIEW»). Якщо потрібна друкована версія форми для роботи під час заняття, то робота над ним на цьому етапі завершується і можна отримати друковану версію для використання її під час лекції чи практичної роботи тощо.

А ось для надання до інтерактивної форми доступу студентам, що зареєстровані, потрібно натиснути на вкладку «ASSIGN».

Форма стає доступною для роботи з нею кількома способами. Насамперед, можна надати пряме посилання на неї. Окрім того покликання вбудовується в google classroom (якщо викладач і група працює з такою системою). Також форма доступна через Edmodo.

В режимі онлайн викладач не бачить, коли і яким чином студенти працюватимуть над виконанням завдань. Студенти це мають змогу зробити в зручний для себе час і спосіб. Але при відзначенні опції «automatic feedback to students» студенти автоматично отримують відповідь про результати після завершення роботи з формою. А їхні відповіді зберігатимуться у вкладці «ANSWERS». Для перевірки відповідей студентів необхідно, увійшовши до свого облікового запису в Wizer, натиснути опцію «My Worksheets» у верхньому меню. Після цього слід обрати потрібну інтерактивну форму за допомогою маніпулятора-миші і натиснути «ANSWERS». На сторінці користувач побачить список тих, хто ще працює і тих, хто уже дав відповіді. Можна переглянути відповіді обраного студента і статистику щодо кількості правильних відповідей та час початку і завершення роботи над формою. Всі завдання, крім питань з відкритою відповіддю, оцінюються автоматично. Тому часу така перевірка займе якнайменше. Кожну відповідь при потребі можна «лайкнути». А ще є така опція: викладач може залишити голосовий або текстовий коментар при натисканні спеціальної кнопки в заголовку. Загальний відгук про роботу можна залишити в діалоговому вікні наприкінці всієї електронної форми.

Які ще можна навести аргументи на користь цього інструменту, яким є інтерактивні друковані чи електронні форми? За їх допомогою студенти опановують компетентність самоосвіти та у випадку роботи з сервісом Wizer.me ще й цифрову компетентність. Сам сервіс діє без обмежень у часі, має повнофункціональну безкоштовну версію, яка дозволяє створювати окремі групи студентів. А в умовах дистанційного навчання під час карантину у зв'язку з COVID-2019 безкоштовний доступ до ресурсу розширили. Ще вагомою перевагою, на мою думку, є те, що на платформі сервісу можлива спільна віддалена робота кількох викладачів зі створення дидактичних розробок. У відкритій галереї сервісу Wizer міститься значна колекція готових інтерактивних форм, створених педагогічним співтовариством, які можна використовувати за зразки, редагувати, вони є ретельно класифіковані за темами. А поділитися своїми напрацюваннями можна у соціальних мережах. Для організації спільної роботи з іншими викладачами користувач натискає кнопку «Share with teachers» в верхньому меню сайту і копіює посилання.

Отже, рекомендую сервіс Wizer.me та створювані за його допомогою інтерактивні друковані форми до широкого використання в системах традиційної освіти закладу вищої освіти, а інтерактивні електронні форми – для потреб дистанційної освіти у вищій школі.

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ: РОЗДУМИ САМОЗАЙНЯТОГО СТУДЕНТА

Сьогодні у сфері підготовки фахівців готельно-ресторанної справи є певні виклики. Теоретична інформація отримана під час навчання у більшості випадків суттєво відрізняється від тієї, з якою молоді спеціалісти стикаються під час початку роботи у галузі. Як правило, переважна частина підприємців швидше візьмуть на роботу людину без «диплома» та без досвіду роботи, чим навпаки. Чому?

Практика показує, що в програмі підготовки є багато недопрацьованих моментів. Вважаю, що для покращення ситуації, необхідно переглянути та реорганізувати підготовку фахівців. Пропоную наступне:

1). Розділити поняття. Готель – це готель, ресторан – це ресторан, ресторан при готелі – це ресторан при готелі. Це три різні типи фахівців. Кожен майбутній спеціаліст має чітко усвідомити, що йому потрібно. Чітко вибрати для себе сферу, наприклад, – «Хочу власний ресторан». Це звучує напрямком та дає змогу чітко сконцентруватись на ресторані і отримувати підготовку у вибраному напрямку.

Сьогодні частою є практика поїздок усією групою студентів на виробництва, підприємства, ресторани, готелі і т.д., та, на жаль (чи на щастя), досвід показує, що зацікавленість є у маленького відсотка майбутніх спеціалістів, що дає чітке розуміння наступного: Не потрібно готувати всіх до всього і одразу! Потрібно більше уваги приділити виявленню потреб майбутніх спеціалістів та пошуку можливостей для надання максимально чіткої підготовки.

2). Більше практичної підготовки. Сьогодні вона фактично майже відсутня. Мало хто з підприємців охоче відкриє всі секрети свого бізнесу майбутнім конкурентам – і це нормально. Кожен боїться втратити частку на ринку. Що робити? Вважаю, університетам на базі договорів на практику доцільно розробити спільно з підприємцями вже працюючих компаній нові програми стажувань. Не тримісячні, шестимісячні поїздки за кордон, де ти працюєш хостес або прибиральником за копійки, а реальні програми стажування на базі власної країни, на базі власних ресурсів. Маю досвід спілкування з людьми, які їздили на тримісячні стажування за кордон, – це не працює ефективно. Це гарна можливість побачити іншу країну і в цьому позитив, та це не достатньо ефективно, це не дає належної підготовки. Якщо це, наприклад, «ресторан», то має бути програма стажування, що включатиме в себе стандартну процедуру:

- отримання теоретичного матеріалу роботи даного ресторану;
- вивчення програмного забезпечення, на якому працює даний ресторан;
- вивчення потреб даного ресторану;
- точного вивчення всіх процесів;
- стажування на кожній посаді у даному ресторані. (Так, на кожній, – від прибиральниці і до директора). Це надважливо. Майбутній фахівець має чітко розуміти навіщо всі ці люди тут працюють;
- написання звіту.

Стажування такого типу може займати від одного до двох місяців, але у підсумку дасть набагато більше фактичних, практичних знань, які можливо використовувати. Такого типу стажування можна робити 2 рази на рік, що за 4 роки навчання дасть 8 діючих варіантів «як зробити правильно».

3). Більше вузької теоретичної підготовки. Ніхто не розповідає, де ресторани замовляють найкращі помідори. Чому? Бо у нас просто відсутня така інформація. Ніхто не розкаже, де зроблять двері для всіх номерів у готелі з найкращого матеріалу за найдоступнішу ціну. Чому? Бо у нас відсутня така інформація. Студент на виході з університету не отримує «бенефіти». Чому? Я вважаю це питання має бути чи не перше за важливістю. Потрібна сильна база партнерів університету, готових допомогти майбутнім спеціалістам – визнані локальні постачальники продуктів, підприємства з виготовлення сировини, матеріалів. Така база дасть майбутньому фахівцю стартовий набір, з яким можна працювати. І це тільки верхівка. Сьогодні всі дедалі більше працюють з мережею, та майже все, що робиться в бізнесі, пов'язано з Інтернетом. Жоден ресторан чи готель не зможе працювати без реклами в Інтернеті. Це реальність. Це візитна картка. І майбутніх фахівців доцільно вчити, як зробити це ефективно.

4). Доступ до людей, які знають. Це складний пункт. Не завжди майбутні фахівці знають, які питання задавати і це нормально. Мають бути партнери, які охоче допоможуть знайти правильні питання та відповіді на них, навчать робити аналіз та знаходити рішення. Це мають бути люди з вузьких сфер, досвідчені. Майбутні фахівці об'єднуються у групи за спеціальністю, наприклад, «робота в ресторані». Викладач з університету стає наставником групи, проводить щотижневі зустрічі під час стажувань, розбирає «що відбувалось», ставить та відповідає на питання. Спільно з групою робить план дій на тиждень. Це дієвий метод. Майбутні фахівці будуть розуміти, що вони не покинуті, що є кому допомогти, є кому ставити питання і є де отримати відповіді. Це мотивує, дає впевненості.

ВПЛИВ ОСВІТИ ТА ДОСВІДУ РОБОТИ НА ЗАРОБІТНУ ПЛАТУ ФАХІВЦІВ ФІНАНСОВОГО ПРОФІЛЮ (НА ПРИКЛАДІ М. ЖИТОМИРА)

Відповідно до офіційних статистичних даних в Житомирській області протягом останніх років найвищий рівень середньої офіційної заробітної плати штатних працівників спостерігався для підприємств та організацій, основним видом економічної діяльності для яких є «Фінансова та страхова діяльність» (за підсумками січня 2020 року середня заробітна плата штатних працівників в цій сфері склала 13 311 грн.¹). Крім того, з огляду на відкриті вакансії, розміщені на провідних сайтах з пошуку роботи (rabota.ua, www.work.ua, hh.ua) попит за фахівців фінансового профілю в регіоні є стабільно високим.

Проведений аналіз фундаментальних публікацій з економіки праці свідчить про існування залежності рівня оплати праці працівників від кваліфікації навчання та досвіду роботи. Виходячи з цього, метою даного дослідження є оцінка впливу освіти та досвіду роботи на заробітну плату фахівців фінансового профілю. Враховуючи той факт, що розмір заробітної плати конкретного працівника не є публічною інформацією (в окремих випадках її зараховують до комерційної таємниці), використання фактичних даних про оплату праці є ускладненим. В той же час ми припускаємо, що при зміні місця роботи зарплатні очікування фахівців, які наведені в їх резюме, формуються на основі фактичного розміру заробітної плати за попереднім місцем роботи.

З огляду на це інформаційною базою дослідження стали дані 209 резюме, розміщених на сайті www.work.ua, протягом перших трьох місяців 2020 року в Житомирі із зазначенням розміру бажаної заробітної плати у розділі «Фінанси, банк» та «Бухгалтерія, аудит» (ці розділи були обрані, виходячи з практики працевлаштування випускників спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» в Житомирській області).

Проведений статистичний аналіз надав підстави стверджувати про те, що фактичний розподіл розміру заробітних плат кандидатів є нерівномірним, і в цілому вони очікують на зарплату в діапазоні від 5 000 грн. до 30 000 грн., при цьому середня очікувана заробітна плата кандидатів у вибірці склала 10 239 грн, а медіанна – 9 000 грн. (рис. 1).

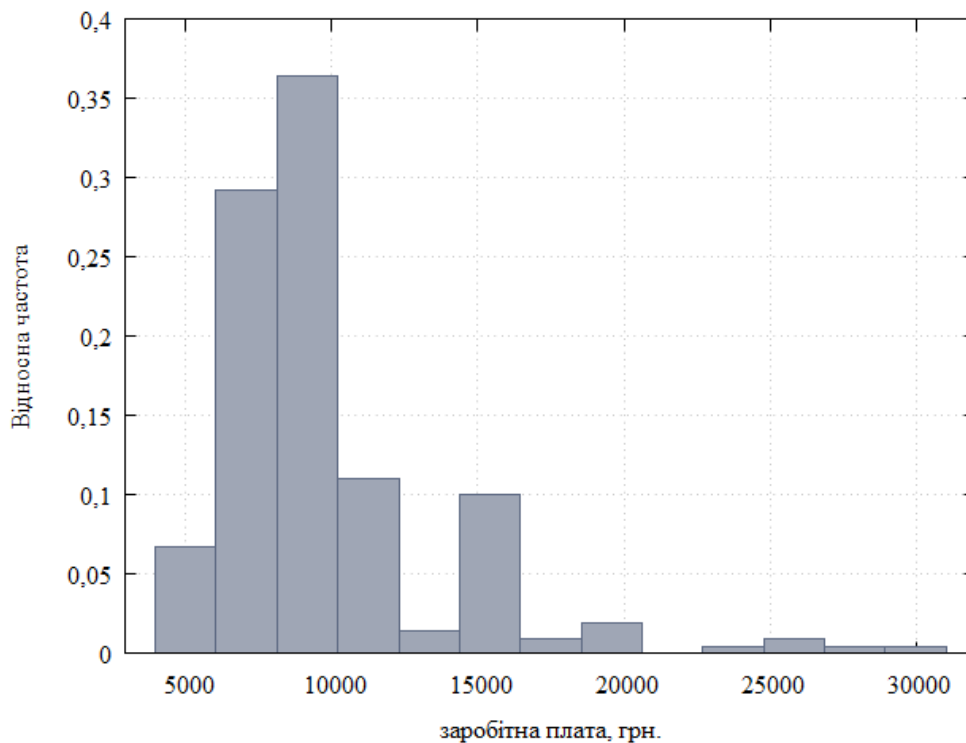


Рис. 1. Розподіл очікуваних заробітних плат кандидатів у вибірці

¹ Середня заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності. Головне управління статистики у Житомирській області. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua/>

Для оцінки впливу освіти та досвіду роботи на заробітну плату було використано модель лінійної регресії:

$$\ln(\text{salary}) = \beta_0 + \beta_1 * \text{edu} + \beta_2 * \text{exp} + \beta_3 * \text{manage} , \text{ де} \quad (1)$$

salary – натуральний логарифм заробітної плати,

edu – освіта (змінна приймає значення CO – для середньої освіти, HBO – для незакінченої вищої освіти або BO – для вищої освіти),

exp – досвід роботи (змінна приймає значення «без досвіду», «до року», «від 1 до 2 років», «від 2 до 5 років», «від 5 років»),

manage – наявність або відсутність управлінського досвіду (на основі інформації в резюме про досвід роботи на керівних посадах).

Результати проведеного регресійного аналізу (табл. 1) надають можливість зробити висновок про значимість параметрів моделі та її адекватність.

Таблиця 1.

Результати регресійного аналізу

	Estimate	Std.Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	9,57739	0,05296	180,831	< 2e-16	***
edu:HBO	-0,15294	0,05099	-2,999	0,00305	**
edu:CO	-0,22730	0,04517	-5,032	1,07e-06	***
exp:без досвіду	-0,38819	0,05584	-6,952	4,94e-11	***
exp:до року	-0,31906	0,05659	-5,638	5,76e-08	***
exp:від 1 до 2 років	-0,24153	0,05340	-4,523	1,04e-05	***
exp:від 2 до 5 років	-0,20367	0,04944	-4,119	5,55e-05	***
manage:відсутній	-0,19445	0,05832	-3,334	0,00102	**
Residual standard error: 0,2458 on 201 degrees of freedom					
Multiple R-squared: 0,432, Adjusted R-squared: 0,4122					
F-statistic: 21,84 on 7 and 201 DF, p-value: < 2,2e-16					

Примітка: Базовий варіант у моделі: зарплата фахівця з вищою освітою, досвідом роботи від 5 років, в т.ч. на керівних посадах

Виходячи з цього, можна стверджувати про існування таких тенденцій:

1. Зарплата фахівців з вищою освітою та досвідом роботи від 5 років, в т.ч. на керівних посадах, становить 14 435 грн., при цьому 75 % таких фахівців очікують на зарплату від 12 179 грн. (перший квартиль), і лише 25 % очікують на зарплату від 17 108 грн. (третій квартиль).

2. Зарплата фахівців з середньою освітою є на 20,33 % нижчою від заробітної плати фахівців з вищою освітою, а зарплата фахівців із незакінченою вищою освітою є на 14,18 % нижчою від заробітної плати фахівців з вищою освітою за інших рівних умов. Тобто, наявність вищої освіти збільшує розмір очікуваної заробітної плати кандидатів.

3. Порівняно з зарплатою фахівців з більш, ніж 5-річним досвідом роботи, за інших рівних умов у осіб без досвіду роботи зарплата є меншою на 32,17%, для тих, хто має досвід роботи до року, від 1 до 2 років, а також від 2 до 5 років зарплатні очікування є меншими на 27,32 %, 21,46 % та 18,43 % відповідно.

4. Зарплата фахівців без управлінського досвіду є меншою на 17,67% за зарплату фахівців, що мають такий досвід.

В той же час в представленій моделі не враховано посаду та спеціалізацію, рівень володіння англійською мовою (є перевагою при працевлаштуванні в компанії з іноземними інвестиціями), професійні та соціальні навички, знання інформаційних технологій за фахом та інші чинники. Крім того наявність фундаментальної економічної підготовки з поєднанні з вагомих професійним та управлінським досвідом дає можливість фахівцям стати власниками та або співвласниками бізнесу, зокрема і у сфері фінансового консалтингу, що також не було враховано при моделюванні.

В цілому інвестиції в людський капітал через здобуття нових знань та навичок, професійний та кар'єрний розвиток є досить обґрунтованими та доцільними для фахівців фінансового профілю. З огляду на це перспективним є використання розробленої економіко-математичної моделі для формування рекомендацій щодо встановлення очікуваної заробітної праці для кандидатів з урахуванням їх освіти та досвіду.

СУЧАСНІ ЗМІНИ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОГО ПОПИТУ

Сучасні наукові праці, присвячені аналізу напрямків розвитку туризму, являють собою як комплексні дослідження, так і науково-популярні праці, які є результатом багаторічного спостереження за туристичним ринком практиками. Серед них на особливу увагу заслуговує концепція «Hard & Soft Tourism» Джоста Криппендорфа. В ній автор основну увагу приділяє порівняльному аналізу т. зв. традиційного та сучасного туризму, вказуючи на принципові відмінності, які стали притаманні туристичній галузі в останні 15-20 років. За такий відносно невеликий історичний проміжок часу зміни в структурі попиту на ринку туристичних послуг відбулися суттєві. Інколи деякі риси, притаманні класичному традиційному туризму, за останні роки змінили свою направленість на протилежну. Їх можна систематизувати і представити у вигляді порівняльної таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Зміни в структурі сучасного туристичного попиту відповідно до концепції «Hard & Soft Tourism» Джоста Криппендорфа

№ п/п	HARD TOURISM (риси традиційного туризму)	SOFT TOURISM (риси сучасного туризму)
1.	Переважають групові подорожі	Туристи все більше віддають перевагу індивідуальним подорожам
2.	Запланований один, довготерміновий відпочинок впродовж року	Впродовж року планується декілька виїздів на відпочинок. Вони, як правило, короткотермінові і насичені різними видами діяльності
3.	Докладно спланована програма відпочинку туристичним оператором	Надається перевага індивідуальному плануванню подорожі. Турист розробляє маршрут самостійно, орієнтуючись на власні інтереси
4.	Надається перевага кількості туристичних атракцій, мало уваги приділяється їх якості	Надається перевага тим туристичним атракціям, які дають можливість пережити нові враження, набути нових знань чи розвинути корисні навички
5.	Захоплення розтиражованими сувенірами (наприклад, фігурки пам'ятних місць, магніти з їх зображенням)	Бажання придбати унікальні сувеніри та вироби ручної роботи, які є характерними тільки для даної місцевості
6.	Не вміння(і не бажання) розмовляти на мовах, які характерні для даної місцевості	Бажання спілкуватися і порозумітися з місцевим населенням, або бодай вивчити кілька нових слів місцевого етносу
7.	Бажання проводити час в момент подорожі весело, в шумній компанії	Бажання проводити час у максимально спокійній обстановці, на лоні природи
8.	Надається перевага максимально комфортним умовам життя	Комфорт під час подорожі має не важливе значення
9.	Дистанція між туристом та обслуговуючим персоналом в готелях, кафе, ресторанах, магазинах	Хороше приятельське відношення до обслуговуючого персоналу, спілкування «як з рівним»

10.	Брак знання про відвідувану територію, її географію та культуру	Докладне приготування до подорожі, яке включає всебічне вивчення культури, звичаїв, географії нової країни чи регіону
11.	Використання різних видів транспорту для переміщення між об'єктами під час подорожі	Надання переваги пішохідним прогулянкам та екологічним видам транспорту
12.	Небажання міняти свій звичний спосіб життя і не підлаштовуючись під місцеві традиції, перебуваючи в іншій країні чи в середовищі проживання іншого етносу	Прийняття до особливостей культури іншої країни чи етносу, на території яких проходить подорож
13.	Низька мобільність під час відпочинкового туру, налаштованість на «лінивий» відпочинок	Бажання під час подорожі дізнатись щось нове, вивчити нову мову, культуру, максимально зануритись в місцевий колорит, налаштованість на активний відпочинок
14.	Відпочинок в стилі 3XS («Sun, Sea, Sand» - сонце, море, пісок), орієнтований на повний фізичний відпочинок, пасивність туриста	Відпочинок в стилі 3XE («Education, Entertainment, Excitement» – освіта, розваги, захоплення), що сприяє розвитку пізнавальних видів туризму

Аналізуючи дані, наведені у таблиці, можемо підсумувати, що сучасний туризм зазнав суттєвих змін в останні роки. Спостерігаємо зниження туристичного інтересу до відпочинку у стилі 3XS («Sun, Sea, Sand» - сонце, море, пісок), орієнтованого на пасивне дозвілля, та посилення ролі пізнавального туризму (відпочинок в стилі 3XE («Education, Entertainment, Excitement» – освіта, розваги, захоплення). Тому зростає популярність тематичних парків та баз проживання зі спеціалізованими розгалуженими програмними функціями. Чітка тенденція зростання також стосується подорожей до історичних міст. Зростає інтерес до т. зв зеленого туризму, що характеризується замкнутими ланцюгами в організації закладів для розміщення (наприклад, власні очисні споруди, повторне використання вторинних матеріалів).

Найближчим часом очікується зростання кількості індивідуальних подорожей, що відсуне на другий план пакетні тури. Також буде підвищений інтерес до коротших, але частіших поїздок, як пізнавального напрямку, так і для дозвілля та відпочинку.

Наразі тенденція до зростання також стосується мотиваційного та ділового туризму. Однак передбачається, що розвиток інноваційних технологій може уповільнити розвиток ділових поїздок. Замість того, щоб відправляти працівників на різні ділові зустрічі, деякі великі компанії вважають за доцільне організовувати відеоконференції, що є більш економічно вигідним (за часом і витратами) способом ділового спілкування.

У рапортах WTO наведено основні тенденції та фактори, які впливають на формування сучасного туристичного попиту :

- загальне збільшення мобільності людства, зростання бажання подорожувати;
- скорочення робочого часу, продовження відпустки, достроковий вихід на пенсію;
- збільшення кількості часу, витраченого на додаткові роботи;
- прогресуючий процес старіння;
- схильність до створення сім'ї пізніше;
- домінуюча сімейна модель 2 + 1;
- збільшення кількості бездітних шлюбів;
- перехід до здорового способу життя;
- збільшення злочинності та тероризму, що призводить до підвищення вимог безпеки подорожей.

Ці та інші чинники дають можливість припустити, що в найближчі роки туристична галузь буде все більше виявляти орієнтир на формування новітнього туристичного продукту, беручи до уваги:

- активний розвиток туристичної індустрії для потреб людей старшого віку (туризм сеньйорів);
- розвиток еко- та агротуризму, формування мережі готелів та комплексів здорового способу життя («зелені» готелі, готелі для веганів тощо);

- одним із домінуючих факторів формування туристичного продукту стане безпека туриста під час подорожі;
- орієнтованість на створення якісних насичених короткострокових турів, націлених на активний відпочинок;
- домінування числа подорожей для відпочинку в стилі ЗХЕ (Education, Entertainment, Excitement – освіта, розваги, захоплення), що сприятиме розвитку нових видів туризму – кулінарний туризм, кіно- та літературний туризм, квестінг, караванінг, похмурий туризм, промисловий туризм, арктичний туризм тощо.

Список використаних джерел:

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: «Альтапрес», 2003. 436 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
3. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія (за ред. проф. Герасименка В. Г.; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов та ін.). Одеса: Астропринт, 2013. 304с.
4. Kachniewska Magdalena Wpływ tendencji i trendów występujących po stronie popytu turystycznego na fenotyp współczesnej turystyki. *Zeszyty naukowe uniwersytetu szczecińskiego. Problemy zarządzania, finansów i marketingu.* № 22. 2011. S. 265-275