

УДК 378.14:004

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ОТРИМАННЯ НОВИХ ЗНАТЬ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ СУЧАСНИМИ ЗАСОБАМИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Савчук Людмила Олександрівна
м.Хмельницький

У статті розглянуто вплив туристичної галузі на економіку України, зазначено, що сполучним центром різних виробників у рамках туристичної галузі є інформаційна діяльність, визначено роль сучасних засобів інформаційно-комунікаційних технологій в освоєнні нових знань, виокремлено фактори підвищення мотивації, зроблено висновок щодо перспектив розвитку туризму.

Ключові слова: туристична галузь, мотивація, інформація, інформаційна діяльність, інформаційно-комунікаційні технології.

Туристична галузь в Україні відіграє важливу роль у виконанні завдань по розбудові української державності, входженню до світового співтовариства, культурному та духовному відродженню нації. Адже Україна має багаті туристичні можливості, розвинуту мережу авіаційних, залізничних, автомобільних, морських і річкових шляхів сполучення, вигідне для туризму географічне та геополітичне розташування. Оскільки це ще досить молода галузь в Україні, ми спостерігаємо як зростає необхідність в висококваліфікованих, компетентних працівниках, які б могли вміло використовувати системи маркетингових інформаційних комунікацій, застосувати нестандартні управлінські рішення.

Основу туристичної індустрії складають фірми, туроператори і тур агенти, що займаються туристичними поїздками, продажем путівок і турів, надають послуги з розміщення та харчування туристів, їх пересуванню по країні, а також органи управління, інформації, реклами, підприємства з виробництва та продажу товарів туристичного попиту. Згідно із Законом України «Про туризм», суб'єкти туристичної діяльності – це підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [1]. Туристичний бізнес став привабливим для під-

приємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності.

Важливо, що на туризм працюють і інші галузі, для яких обслуговування туристів не є основним видом діяльності (харчова та легка промисловість, сільське господарство, виробництва сувенірної продукції, комунальне господарство та ін.). Всі ці галузі тісно зв'язані між собою та взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності одна одній. Таким чином, ринок праці достатньо широкий і потребує професіоналів, підготовлених до використання сучасних інформаційних технологій та функціонування ринкової системи господарювання. При цьому, зростає розуміння того, що знання основ організації туристичної діяльності має надзвичайно важливе значення при підготовці працівників туристичної сфери, підвищенні професійного рівня, вивченні світової економіки та економіки України.

Тому метою статті обрано вивчення проблеми застосування інформаційно-комунікаційних технологій у підготовці фахівців туристичної галузі. Основною мотивацією в освоєнні нових знань є потенційні можливості держави в розвитку галузі, перспектива працевлаштування, кар'єрне зростання молодих спеціалістів та швидка адаптація до роботи в інших фірмах туристичної індустрії. Мотивація (з лат. *movege*) – спонукання до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, керуючий поведінкою людини, який визначає її організованість, активність і стійкість; здатність людини діяльно задовольняти свої потреби: потреба самовираження, потреба у власному зростанні і в реалізації своїх потенційних перспектив.

У наукових дослідженнях провідних вчених знайшли своє відображення такі особливості становлення і розвитку туристичної галузі: методологія розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, особливості обліку та аналізу

результатів роботи, планування фінансово-господарської діяльності, світовий досвід організації туризму. Так, здійснюючи наукові дослідження В.Пазенок, В.Федорченко, О.Любіцева, І.Мінич, Л.Лук'янова (Україна), (В.Квартальнов, І.Зорін, О.Сесьолкін, (Росія), С.Стечів (Сербія), Ірена Інджейчик, Я.Фечко (Польща), Р.Макінтош (США), М.Кабушкін (Білорусь), сформували теоретично-методологічну базу туризму. Концепцію моделі професійної компетентності як головної передумови становлення сучасного спеціаліста сфери туризму обґрунтували Л.Кнодель, В.Лозовецька, Шафранський (Україна).

Ми зупинимось на визначенні факторів підвищення мотивації в придбанні нових знань в галузі туризму засобами інформаційно-комунікаційних технологій.

Ключовим моментом в підвищенні мотивації є формування особистості з конкурентоспроможними здібностями, яка включає навчання, виховання, консультацію, підготовку і адаптацію. Потреба у реалізації своїх потенційних можливостей сприяє загальному, інтелектуальному та професійному зростанню людини, збагачує її ерудицію і зміцнює впевненість у собі. Професійний розвиток вимагає придбання нових знань умінь та навичок, навчання за способом спілкування, яке направлене на виконання виробничих завдань; засвоєння знань, умінь, навичок та способів спілкування з метою приведення їх у співвідношення з сучасними вимогами туристичної галузі, а також для стимулювання професійного росту; підготовки до виконання якісно більш складних задач; отримання знань, умінь, навичок та володіння способами спілкування, поведінки для освоєння нової професії в галузі туризму.

Можна виділити такі характерні риси туристичної індустрії: інтегрована торгівля послугами; комплексна послуга, як з точки зору виробника, так і споживача, інформаційна діяльність.

Сполучним центром, що утримує різних виробників у рамках туристичної галузі, є інформаційна діяльність. Інформація та знання як якісно новий виробничий ресурс істотно змінюють місце і роль людини у процесі виробництва, у розвитку суспільства. Утверджується суспільство з характерним, новим виробничим ресурсом – інформацією і знаннями та новим середовищем, яке забезпечує ефективнішу діяльність людини у виробництві й суспільстві. Отже сучасна туристична галузь має адаптувати фахівців до реалій сьогоденного туристичного процесу, гострої конкуренції на ринку туристичних послуг, формувати стратегічне, перспективне мислення, розвивати вміння застосовувати інформаційно-комунікаційні технології.

Формування адекватних уявлень про інформацію висуває потребу осмислення понятійного апарату сутності інформаційних та комунікаційних технологій. Таким чином, інформаційна технологія це «система засобів та методик, що забезпечує оптимізацію роботи з інформацією на базі комп'ютерної техніки» [2, с. 26]. Ми погоджуємось з І.В. Роберт яка виділяє такі основні функціональні можливості інформаційних технологій: негайний зворотний зв'язок між користувачами і засобами інформаційних технологій; комп'ютерна візуалізація інформації про досліджувані об'єкти або закономірності процесів,

явищ як реальних так і «віртуальних»; архівне зберігання великих об'ємів інформації з можливістю їх передачі, а також швидкого доступу до центрального банку даних; автоматизація процесів обчислювальної, інформаційно-пошукової діяльності, обробки результатів навчального експерименту з можливістю багаторазового повторення фрагмента або самого експерименту.

Інформаційні технології туристичної галузі на українському ринку присутні відносно недавно. Їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких основних інформаційних підсистем: управління фінансами, управління матеріальними потоками, управління обслуговуванням, якістю, персоналом, управління збутом, аналіз фінансів, собівартості, оборотних коштів, управління маркетингом тощо. Загальними особливостями інформаційних технологій є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності та послуг у туризмі.

Ще одним стимулом до розвитку інформаційних технологій в туристичній індустрії є утворення туристично-інформаційних центрів, лабораторій, музеїв культури, освіти та еволюції туризму, спеціалізованих Інтернет-кафе тощо. Завданнями таких структурних утворень є розроблення наукових засад туристичної діяльності, створення та апробація інформаційних систем, дослідження і узагальнення туристичної практики з метою її вдосконалення, поглиблене вивчення іноземних мов, навчання туристичним професіям. Зростає розуміння того, що знання основ організації туристичної діяльності та застосування інформаційно-комунікаційних технологій має надзвичайно важливе значення при підготовці працівників туристичної сфери, підвищенні професійного рівня, вивченні світової економіки та економіки України.

З метою своєчасного задоволення попиту на туристичні товари та послуги та у зв'язку з необхідністю швидкої передачі, пошуку та збереження значних об'ємів інформації застосовуються сучасні комунікаційні технології.

Під комунікаційними технологіями розуміємо сукупність різноманітних технологічних інструментів і ресурсів, які використовуються для забезпечення процесу комунікації, створення, поширення, збереження та управління інформацією. Маємо на увазі комп'ютери, мережу Інтернет, мультимедіа, радіо- та телекомунікації, а також телефонний та стільниковий зв'язки. Вміло застосовувавши сучасні інформаційні та комунікаційні технології ми отримаємо доступ до розвинених інформаційних ресурсів: баз даних і банків знань, навчальних та контролюючих систем, електронних бібліотек, електронної освіти (e-education).

Комунікаційні технології, які використовуються для підтримки взаємодії в отриманні нових знань, можуть бути розподілені на такі категорії:

- асинхронні (або відстрочені) технології, які не вимагають, щоб учасники взаємодії були представлені одночасно. Прикладами можуть служити звичайна поштова кореспонденція, електронна пошта й комп'ютерні конференції;
- синхронні (у реальному часі) технології, які передбачають, що учасники вступають у взаємодію

одночасно. До таких технологій належать телефонія, аудіоконференції, відеоконференції, багатокористувацькі об'єктно орієнтовані середовища (MOOs);

– технології, які комбінують асинхронну й синхронну комунікацію із застосуванням комп'ютерного програмного забезпечення, як, наприклад, мультимедійні стаціонарні конференції й інтегровані веб-середовища [4].

Таким чином, серед факторів, що підвищують мотивацію отримання нових знань засобами інформаційно-комунікаційних технологій та безпосередньо впливають на розвиток туризму є:

1. Політичний фактор. Зміна політичної карти світу, відкриття кордонів і перехід до ринкової економіки країн СНД і Східної Європи визначили збільшення туристичних потоків; створення Європейського Союзу без внутрішніх кордонів також створює умови для все більшого розвитку туризму.

2. Технологічний фактор. Глобалізація – один з основних трендів в туристичній індустрії, супроводжується концентрацією частки ринку і впливу у великих компаніях. Ці компанії, крім економії у великих масштабах, можливість розподіляти ризик між різними ринками, застосування сучасних маркетингових схем і доступу на міжнародний ринок праці, також виграють від активного застосування сучасних технологій.

3. Екологічний фактор. Екологічне питання стимулює значні зусилля щодо захисту й охорони при-

родних ресурсів. У подальші роки ринок заповниться новими туристичними продуктами, а саме, екотуризмом, спрямованим на дослідження навколишнього середовища, особливо флори і фауни в заповідних зонах, на збереження пам'ятників історії, архітектури, культури.

4. Освітній фактор. Освіта і підготовка кадрів у туристичній сфері стає все більш високотехнологічною, інформаційно насиченою, інтернетзалежною. Фахівці мають бути професійно підготовленими, володіти мовами, інформаційно-комунікаційними технологіями, добре уявляти собі природу туристичної діяльності.

Туристична галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати важливим сектором підприємницької діяльності в Україні, значним джерелом прибутків нашої держави.

Висновок. Отже, туризм це такий соціальний інструмент, який стимулює регіональний розвиток, сприяє створенню нових робочих місць, є вагомим складовою поповнення державного та місцевих бюджетів. Перспективу розвитку туристичної індустрії ми вбачаємо в державній підтримці, спрямованій на впровадження інвестиційних проектів, активізації внутрішнього туризму, просуванні вітчизняних екскурсійно-пізнавальних маршрутів на міжнародну арену, створенні туристичних корпорацій і спільних підприємств за участю іноземного капіталу, підготовці висококваліфікованих професіоналів туристичної галузі.

Література та джерела

1. Закон України про туризм. // № 5316-VI-ВР в редакції від 02.10.2012 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Булах І.Є. Теорія і методика комп'ютерного тестування успішності навчання (на матеріалах медичних навчальних закладів): дис... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Київський ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 1995. – 430 с.
3. Роберт І.В. Распределенное изучение информационных и коммуникационных технологий в общеобразовательных предметах // Информатика и образование. – 2001. – №5. – С.12-16
4. Технологии и медиа [Электронный ресурс] // Глобальная сеть дистанционного образования: российский портал. – Режим доступу: <http://www.cito.ru/gdenet/technology>

В статті розглянуто вплив туристичної галузі на економіку України, вказано, що зв'язуючим центром різних виробників в рамках туристичної галузі є інформаційна діяльність, визначено роль сучасних засобів інформаційно-комунікаційних технологій в освоєнні нових знань, виділено фактори підвищення мотивації, сформульовано висновок про перспективи розвитку туризму.

Ключевые слова: туристическая отрасль, мотивация, информация, информационная деятельность, информационно-коммуникационные технологии.

The paper considers the influence of tourism on the economy of Ukraine; it has been indicated that informational activity is a connecting center of various manufacturers within the tourism industry; the role of modern information and communication technologies in the development of new knowledge has been defined; the ways of increasing the motivation have been identified; it has been concluded regarding the prospects of tourism development.

Key words: tourism industry, motivation, information, information activity, information and communication technology.