

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

УДК 630.(075.8)

Любов Малик, кандидат економічних наук, доцент

Національного лісотехнічного університету України

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

У статті висвітлено аспекти становлення та розвитку туристичної індустрії в різні вікові періоди, досліджується важливість туристичної галузі в народногосподарському комплексі.

Ключові слова: туристична галузь, маркетинг, педагогічні технології, професійні компетенції.

Літ. 15.

Актуальність проблеми. Досліджуючи та аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей чинник повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в загальному, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені [10].

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму, відзначено автором [8].

Аналіз останніх публікацій. Слід відзначити, що окремі аспекти становлення та розвитку туристичної індустрії досліджувалися і висвітлені в науково навчальних роботах авторами: В.Г. Гуляев [1], Ю.П. Гуменюк [2], Е.Л. Драчова [3], Г.М. Зайчук [4], В.С. Ковальський [6], В.Ф. Кифяк [5], О.О. Любіцева [7], М. Мальська [11], Г.А. Папарян [17], Н.М. Примаченко [13], В.С. Пазенюк [14], Л.М. Устименко [15], В.К.

Федорченко [16], Цибух В.І. [17], Н.В. Чорненка [18], І.М. Школа [19] та ін.

Мета статті – вироблення нової методики навчання та формування у майбутніх маркетологів-педагогів високого рівня професійних компетенцій у галузі туристично-рекреаційної індустрії, та формування відповідного рівня професійних компетенцій новітніх педагогічних технологій майбутнього фахівця для ринку праці.

Виклад основного матеріалу. Одне із ключових питань яке необхідно вирішити в найближчий час, питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри в більшості країн світу є винятково важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. І в результаті цього, клієнти отримують транспорт і громадське харчування, готелі.

Для координації стратегічного розвитку культурної сфери і туризму, необхідно проводити широку підготовку фахівців туристичної індустрії, туристів, які мали б високий рівень професійних компетентностей туристично-рекреаційної індустрії. Така підготовка повинна проводитися у вищих педагогічних навчальних закладах, де майбутні маркетологи туристичної індустрії отримували б знання із психолого-педагогічних дисциплін, іноземних мов, знали менеджмент та маркетинг, основи ринкової конкуренції, а також формували у собі високий рівень професійних компетентностей ділового спілкування, етикету та вироблення тих знань, які відносяться до сучасних новітніх технологій навчання, стверджують А.С. Нісімчук, О.С. Падалка, О.Т. Шпак [12, 9]. Технологія навчання знань туристичної індустрії – це педагогічна діяльність, яка максимально реалізує в собі закони навчання, виховання і розвитку особистості і тому забезпечує її кінцеві результати. Чим повніше досягнуті й реалізовані ці закони, тим вища гарантія результату знань і вмінь діяльності майбутнього

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

маркетолога до діяльності в туристично-рекреаційній індустрії.

Національно-економічні потреби держави в підготовці майбутніх вчителів у вищих навчальних закладах до туристично-рекреаційної індустрії до життя в умовах ринкової економіки є об'єктивна необхідність розвитку педагогічних технологій до формування професійних компетентностей майбутніх маркетологів туристично-рекреаційної індустрії.

Державотворчі процеси, які відбуваються нині в Україні, охоплюють всі ділянки життя. Процес становлення національної школи України характеризується пошуками таких педагогічних технологій, які максимально сприяли б формуванню соціально активної творчої особистості, здатної до самостійної регуляції в діяльності туристично-рекреаційної індустрії. Особливо актуальною є проблема становлення нової вищої школи, яка покликана формувати національно свідомих і духовно багатих професіоналів високого гатунку в туристично-рекреаційній діяльності із високою культурою ділового спілкування, та професійно-особистісного розвитку фахівця в туристично-рекреаційній сфері діяльності [8].

За визначенням В.І. Жигір та О.А. Чернеги *професія* – розуміється як спільність, галузь застосування сили, прояву особистості¹.

- *функціональна грамотність фахівця* (в нашому дослідженні майбутнього маркетолога туристичної індустрії) – це мінімальний рівень сформованості знань, умінь, і навичок, необхідний для виконання елементарних професійних функцій репродуктивно-виконавчого характеру і для наступної професійної освіти. Функціонально грамотним можна вважати також працівника, здатного застосовувати загальноосвітні знання й уміння у своїй праці (уміння досить швидко зчитувати текст і пам'ятати необхідну інформацію, подумки виконувати математичні дії, грамотно заповнювати документацію);

- *професійна кваліфікація фахівця туристично-рекреаційної індустрії* – це досягнення працівником визначеного рівня професійної освіти. Рівень кваліфікації характеризує професійну майстерність, що залежить від обсягу і якості знань, умінь і навичок, але професійна кваліфікація без достатнього розвитку професійно важливих особистісних якостей може спричинити:

- професійний шовінізм (професійний інтерес може затьмарити усе інше, навіть інтереси інших людей і всього людства в цілому);

- бюрократизм (продукт високої кваліфікації професійних працівників) та ін.

Професійна компетентність фахівця туристичної індустрії – це інтегральна характеристика ділових і особистісних якостей фахівця, що відбиває не лише рівень знань, умінь і навичок, професійного досвіду, достатніх для досягнення цілей професійної діяльності в галузі туризму, але і соціально моральну позицію особистості.

Професійна компетентність фахівця туристично-рекреаційної індустрії будь-якого профілю включає такі елементи:

- *соціальну компетентність* – високий рівень знань, використовуваних у професійній практиці, котрі забезпечують можливості професійного росту фахівця, зміну профілю роботи, результативність творчої діяльності;

- *управлінську компетентність* – здатність брати на себе відповідальність, приймати рішення, регулювати конфлікти насильницьким шляхом і т.д.;

- *психологічну компетентність*, яка зумовлена розумінням того, що без культури емоційної сприйнятливості, без умінь і навичок рефлексій, без досвіду міжособистісної взаємодії професіоналізм залишається неповним;

- *інформаційну компетентність*, що включає володіння новими інформаційними технологіями;

- *комунікативну компетентність туристичної індустрії* – котра вимагає знання іноземних мов, високий рівень культури мови спілкування;

- *екологічну компетентність туристичної індустрії*, – що ґрунтується на знанні загальних законів розвитку природи і суспільства, на екологічній відповідальності за професійну діяльність;

- *валеологічну компетентність туризму* – наявність знань і умінь в галузі збереження здоров'я у питаннях здорового способу життя.

Відзначимо, що професійна компетентність ґрунтується на професіоналізмі, а *професіонал* – це той, хто опановує нормами професійної діяльності, професійного спілкування на високому рівні, домагаючись професійної майстерності, дотримуючись професійної етики; той, хто опановує професійними ціннісними орієнтаціями, хто змінює і розвиває свою особистість засобами професії, хто прагне внести творчий внесок у професію, хто прагне і уміє викликати інтерес суспільства до результатів своєї професійної туристичної діяльності, сприяє підвищенню її престижу, гнучко враховує нові запити суспільства до професії.

¹Жигір В.І., Чернега О.А. Професійна педагогіка.// В. Жигір, О. Чернега. – К.: Кондор, 2011. – 336 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Професіоналізм у майбутніх вчителів туристично-рекреаційної індустрії – характеризується наявністю у фахівця знань, умінь і навичок, що дозволяють йому здійснювати свою діяльність на рівні сучасних вимог науки і техніки. Він виражається в умінні формулювати завдання, застосовувати методологію і методи спеціальних наук для рішення професійних задач.

Таким чином, професійна компетентність в галузі туристично-рекреаційної індустрії вивчає й аналізує професійну діяльність фахівців і дозволяє зрозуміти, як досягаються, утримуються і переборюються вершини професіоналізму. Професійна компетентність в галузі туризму сприяє осмисленню закономірностей розвитку особистості в період професійної підготовки та сприяння розвитку туризму в країні та окремих регіонах, розвитку економіки і поповнення бюджету.

Отже, основною рушійною силою розвитку туризму залишається економічна вигода, яку він надає. Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі. Він приводить до збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників зумовлює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет), окрім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти й різного роду інвестицій.

Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки чисельності працівників, зайнятих у сфері туризму. Вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні й витратами резидентів цієї країни за кордоном.

І ще один дуже важливий фактор – вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Цей вплив може бути безпосереднім, посередкованим, позитивним і негативним. Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але управляючи цим розвитком, можна зменшити негативний і збільшити позитивний чинники. Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але управляючи цим розвитком, можна зменшити негативний і збільшити позитивний чинники. Позитивний вплив включає охорону й реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Одне із ключових питань яке необхідно вирішити в найближчий час, питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри в більшості країн світу є винятково важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. І в результаті цього, клієнти отримують транспорт і громадське харчування, готелі. Місцева промисловість [13].

Національно-економічні потреби держави в підготовці майбутніх вчителів у вищих навчальних закладах до туристично-рекреаційної індустрії до життя в умовах ринкової економіки є об'єктивна необхідність розвитку педагогічних технологій до формування професійних компетентностей майбутніх маркетологів туристично-рекреаційної індустрії.

Державотворчі процеси, які відбуваються нині в Україні, охоплюють всі ділянки життя. Процес становлення національної школи України характеризується пошуками таких педагогічних технологій, які максимально сприяли б формуванню соціально активної творчої особистості, здатної до самостійної регуляції в діяльності туристично-рекреаційної індустрії. Особливо актуальною є проблема становлення нової вищої школи, яка покликана формувати національно свідомих і духовно багатих професіоналів високого гатунку в туристично-рекреаційній діяльності із високою культурою ділового спілкування, та професійно-особистісного розвитку фахівця в туристично-рекреаційній сфері діяльності [8].

В кінці ХХ століття туризмом захопилися різні верстви населення. Цьому сприяли перші правові норми. Які ввели обов'язкову відпустку. Суспільна потреба виїздів на відпочинок, у рекреаційних цілях і для відновлення здоров'я, знайшли своє відображення в туристичних пропозиціях, враховуючи соціальний статус потенційних клієнтів і спрямованих здебільшого, на літній відпочинок на незначній віддалі від місць постійного проживання і роботи.

У післявоєнні роки туризм набуває масового характеру і стає формою дозвілля не тільки елітної верхівки суспільства, а й середнього класу, молоді й учнів, формується могутня індустрія відпочинку зі своєю інфраструктурою. Це період активної діяльності туристичних фірм, масового будівництва готелів, мотелів, закладів відпочинку і розваг. Особливістю сучасного туризму є широкий міжнародний обмін. Туризм стає одною із рентабельних галузей світової економіки.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Фаза масового туризму – після 1945 р. Цей період характеризується фазою активного розвитку туристично-рекреаційної індустрії, масовістю туристичних поїздок, а з іншого – масштабністю і прогресивною диверсифікацією туристичних пропозицій.

У країнах із ринковою економікою, туризм набув форми господарської діяльності, розширюючи сферу третього сектора економіки, залучення значних коштів від туристів, які приїжджають в країну. Крім цього туризм сприяє розширенню робочих місць, залучення до туристичної індустрії багато інших галузей: лісове господарство, довілля, сільське господарство, сфера харчування, готельне господарство, транспортні комунікації, маркетинг сфери послуг і головне в нашому дослідженні освіта і підготовка до туристичної діяльності майбутніх маркетологів із високим рівнем професійних компетентностей ділового спілкування із знаннями іноземних мов.

Сучасна економіка туризму характеризується масовістю туристичного продукту, його стандартизацією і серійним виробництвом, спеціалізацією й диверсифікацією туристичної пропозиції та сучасними формами його продажу.

Сфера державного втручання в цей сектор економіки зумовлена перерозподільчою і стабілізуючою функціями ринкової економіки.

В нинішніх умовах туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує тур продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Основною властивістю туризму, як зазначає Лідія Дядечко в [3, 18 – 22], є його здатність

впливати на економіку регіону, країни і світу. Нині туризм у світовій системі господарства займає провідні позиції. Він є невід'ємною складовою розвитку світового ринку. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), ще в 2000 р. туризм зайняв перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. У сфері міжнародного туристичного обміну річний оборот склав понад 2 трл дол. США. На туризм припадає 12% загальносвітового національного продукту, 7% світових інвестицій. Туризм забезпечує 5% податкових надходжень. За валютними надходженнями в останні роки туризм обійшов експорт автомобілебудування, нафтопродуктів, телекомунікаційного устаткування, всіх інших видів послуг.

Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг задіяно більше 260 млн осіб, що становить 10% усіх працівників. Туризм у загальному залученню працівників займає одне із перших місць щодо створення робочих місць. Високими темпами розвивається міжнародний туризм у світі. В останні 10 років кількість міжнародних туристів становила майже 700 млн туристів. Варто зазначити, що на початку ХХІ ст. через трагічні події в світі уповільнились темпи приросту кількості подорожуючих до деяких країн, туризм у цілому розвивається досить динамічно.

За даними ВТО, загальна кількість туристів (міжнародних і внутрішніх) з урахуванням екскурсантів становить понад третину населення земної кулі, а прибуток від туризму в світі за 2010 рік перевищив 500 млрд дол. США. Згідно з прогнозами, кількість подорожуючих уже найближчим часом зрівняється з населенням такої країни, як Китай, а надходження від туризму досягнуть одного трильйона доларів США. ХХІ ст. вважається століттям туризму.

Найважливішим спонукальним мотивом туристичних подорожей є чисте середовище проживання, незвичайні пейзажі, природа, що дбайливо і постійно оберігається, та унікальна культурна спадщина народів світу. Туристичні подорожі в майбутньому не будуть просто відпочинком, в основі їх будуть культурні, релігійні чи етнічні корені, будь який вид діяльності чи особливі інтереси. Узяті окремо сонце, море і золотий пісок пляжів утрачають свою привабливість. На перше місце виходить активний туризм, що знаходиться в гармонії з навколишнім середовищем, що сприяє контактам з іншими людьми, і який, звичайно ж, характеризується високою якістю обслуговування. Під високою якістю обслуговування розуміється щира гостинність, що залежить від контактів між

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В ХІХ ТА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

людьми, й індивідуальний підхід до туристів без будь-яких упереджень і побоювань за своє майбутнє через спілкування із собі подібними з інших країн світу [9].

Останніми роками активно розвивається і набирає темпи регіон Східної Азії Тихого океану, де прибуття міжнародних туристів збільшувалися в середньому на 7% щорічно, а також африканський континент, Близький Схід і держави Північної і Південної Америки. Надзвичайно уповільненими темпами розвитку в'їзного туризму потрапила Європа і Південна Азія.

Відзначимо роботу Василя Кияка, в якій автор стверджує, що усвідомлення людиною того, що вона є громадянином не тільки своєї країни, а й світу, веде до розширення туристичних поїздок. Збільшення пропозицій на ринку різноманітних турів, особливо цільових [5, 225]. На конференції WTO в Лісабоні за результатами дослідження "Tourism 2020 Vision" проголошені п'ять перспективних туристичних напрямів ХХІ століття, а саме:

1. *Пригодницький туризм.* У світі залишається щораз менше не досліджених туристами регіонів. Справжніх романтиків приваблюють найвіддаленіші куточки Землі, гірські вершини і морські глибини. Нові туристичні потреби вимагають розробки відповідного туристичного продукту.

2. *Круїзи.* Цей сектор туризму розвивається феноменально швидкими темпами. Якщо в 1998 році на круїз них суднах по морських і річкових маршрутах подорожувало біля 7 млн. чоловік, то вже в 2010 році кількість туристів зросла понад 9 млн. У світі будується більше 40 восьмипалубних круїзних теплоходів місткістю до 6200 пасажирів кожен.

3. *Екологічний туризм.* Головна мета екотуризму – збереження навколишнього середовища та забезпечення мінімального впливу людини на природу. Можна організувати як тематичні пізнавальні тури для любителів екотуризму, так і тури для відпочиваючих на курортах, із відвідуванням національних заповідників (наприклад, Сколівські Бескиди).

4. *Культурно-пізнавальний туризм.* Найбільші потоки туристів, подорожуючих із пізнавальною метою, спостерігаються в Європу, Азію та на Близький Схід. Для невеликих груп туристів можна організувати пізнавальні тури у вигляді одноденних екскурсій із відвідуванням пам'ятників культури (наприклад, про Духовні Святині Галичини).

5. *Тематичний туризм.* Цей вид туризму передбачає підвищену зацікавленість конкретним явищем, наприклад кліматичними умовами певної

місцевості або тематичними парками, як місцями відпочинку (наприклад, Моршин, Трускавець, Східниця, Урич, Підгородці, Славське).

Висновки. За прогнозами WTO, в ХХІ столітті прогнозується туристичний бум: кількість подорожуючих до 2020 року сягне біля 1,6 млрд осіб у рік, що означає збільшення туристичних прибутків у 2,4 рази порівняно з 2010 роком.

При цьому доходи від туризму, у 2010 році склали 1550 млрд. доларів США, а до 2020 року прогнозується збільшення доходів до 2000 млрд. доларів США. Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіап перевезення, збільшаться до 5 млрд. доларів у день.

Очікується бурхливий розвиток візного туризму. Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія.

Отже, тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що дозволяє простим громадянам краще розуміти один одного.

1. Гуляев В.Г. *Организация туристической деятельности: Учеб. пособие.* // В. Гуляев. – М.: Ноллидж, 1996. – 312 с.

2. Гуменюк Ю.П. *Вплив туризму на економічне зростання в Україні.* // Ю. Гуменюк. / *Формування ринкових відносин в Україні.* – 2004. – №7 – 8.

3. Дядечко Л.П. *Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник.* //Л. Дядечко. – К.: ЦУЛ, 2007. – 224 с.

4. Зайчук Г.М. *Управління маркетинговою діяльністю в туристичній галузі. Монографія.* // Г. Зайчук. – Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2010. – 154 с.

5. Кияк В.Ф. *Організація туристичної діяльності в Україні.* – Чернівці: Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.

6. Ковальський В.С. *Туристичні послуги в Україні.* // В. Ковальський. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 320 с.

7. Любіцева О.О. *Ринок туристичних послуг. Навчальний посібник.* // О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.

8. Малик Л.О. *Економіка і організація формування маркетингової індустрії в Україні. Монографія.* //Л. Малик. – Дрогобич, Коло, 2011. – 394 с.

9. Малик Л.О. *Теорія і методика підготовки майбутніх фахівців до туристично-рекреаційної*

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ В ГАЛУЗІ ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

індустрії у вищих навчальних закладах. //Л. Малик./ – Молодь і ринок. – 2012. – №6(89). – С. 43 – 48.

10. Малик Л.О. Генезис становлення туристичної індустрії в різних фазах вікових періодів до розвитку ХХ століття.//Л. Малик./ Молодь і ринок. – 2012. – №7(90). – С. 44 – 49.

11. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Навчальний посібник. // М. Мальська, В. Худо, В. Цибух. – К.: ЦУЛ, 2004. – 272 с.

12. Нісімчук А.С., Падалка О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології. Навчальний посібник.// А. Нісімчук, О. Падалка, О. Шпак. – К.: “Книга”, 2000. – 368 с.

13. Примаченко Н.М. Формування маркетингової культури у майбутніх вчителів технологій у процесі навчання основ підприємництва. Монографія.// Н. Примаченко, – Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2011. – 218 с.

14. Пазенюк В.С. Філософія туризму. / Туризм ХХІ столітті. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. (10 жовтня, 2001 р.). – К.: Знання України, 2002. – 560 с.

15. Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. Історія туризму: Навчальний посібник.// Л. Устименко, І. Афанасьєв. – К.: Альтерпес, 2005. – 320 с.

Стаття надійшла до редакції 24.08.2012

УДК 002.8(001.378):37

Лілія Петльована, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри ділової іноземної мови
Хмельницького національного університету

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ В ГАЛУЗІ ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті проаналізовано психолого-педагогічні вимоги до професійної компетентності фахівців економічного профілю в галузі ділової англійської мови. Виділені основні напрями-орієнтири, при підготовці економістів-менеджерів в галузі ділової іноземної мови.

Ключові слова: психолого-педагогічні вимоги, професійна компетентність, професійно-ділове спілкування, іноземні мови, професійна підготовка економіста-менеджера.

Літ. 6.

Актуальність проблеми. Спеціальності у сфері бізнесу і менеджменту досить нові для нашої країни, проте мають вельми тривалий період свого становлення. Перехід України від планової економіки до ринкових стосунків актуалізував потребу у вдосконаленні професійної компетентності фахівців даного профілю в галузі іноземних мов, що дозволяє будувати партнерські стосунки із зарубіжними колегами.

Виходячи з тези про визначну роль соціального замовлення при організації професійної підготовки економіста-менеджера в галузі іноземних мов неможливо обійтися без аналізу його професійної діяльності.

Мета. Основною метою проведення аналітичної роботи є побудова моделі фахівців з тим, щоб на її основі визначити психолого-педагогічні вимоги до рівня професійної компетентності в галузі іноземних мов і власне спроектувати педагогічну систему професійного навчання в цій галузі знань.

Аналіз досліджень за проблемою. Як показали результати дослідження при проведенні

аналізу професійної діяльності економіста-менеджера, заздалегідь необхідно визначити суть, зміст, спеціальні особливості самої управлінської діяльності. Професійна діяльність економіста-менеджера характеризується як “управління організацією” або “менеджмент”. Світова література широко трактує поняття “менеджмент”. Так, у фундаментальному словнику англійської мови Оксфордського університету, “менеджмент” визначається як: спосіб поведінки з людьми; мистецтво управління; спеціальний метод і навички адміністрування, орган управління, адміністративна одиниця. У словнику іноземних слів “менеджмент” перекладається українською мовою як “управління виробництвом” і як “сукупність принципів, методів, засобів, форм управління виробництвом з метою підвищення його ефективності і прибутковості”.

Приведені визначення дозволяють зробити висновок про те, що менеджмент, по-перше, означає різні речі для різних людей в різних ситуаціях; по-друге, менеджмент – це універсальне поняття, яке використовується тоді,