

Источники и литература

1. Автономная республика Крым в цифрах в 2004 году. Краткий статистический сборник ГУС в АР Крым, 2005 – 612 с.
2. Наумова Я. Требования отечественных потребителей к качеству вина возрастают // Комп&ньон – № 20 – 24.05–30.05.2002 г. – С. 44
3. Подгорная Д.Н. Пути преодоления кризиса виноградо-винодельческой отрасли на Украине // Виноград и вино России – № 6 – 1997 – С. 6 – 9
4. Шаптала О.С. Матеріально-економічна база існування та розвитку сфери реакційного обслуговування в Автономній Республіці Крим: стан і проблемні питання // Статистика України – № 1 2004 р. – С.55–58.

Матюхін В.О., Кобзєва О.В.

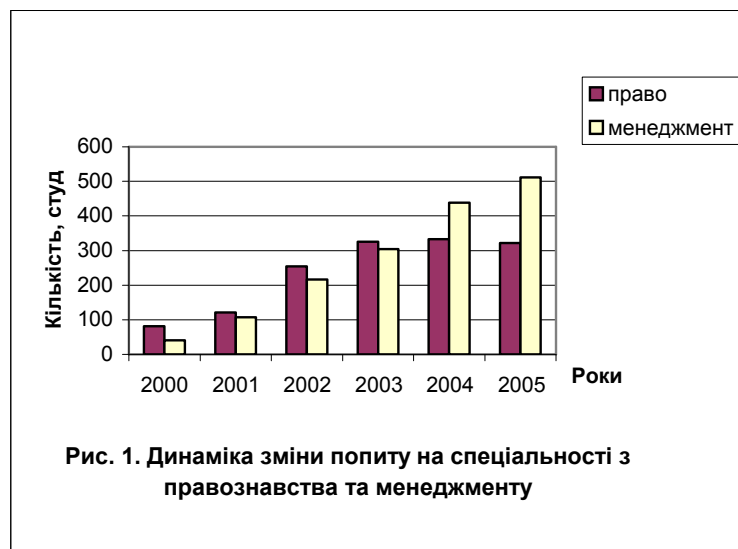
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ

Туристична галузь у наш час стала однією з найбільших у світовій економіці. На частку туризму припадає 12% світового валового продукту, біля 30% обсягів послуг світової торгівлі та 11% світових споживачьких витрат. У сфері надання туристичних послуг зайнято понад 260 млн. осіб, а обслуговування одного іноземного туриста в країні гарантує сукупно 9 постійних й тимчасових робочих місць. Динамічно також розвивається український туристичний ринок, де сьогодні працює майже 3000 туристичних фірм, 5500 готелів, мотелів, кемпінгів, турбаз, санаторно-курортних закладів та зайнято понад 200 тисяч осіб на постійній основі та біля 1 мільйона осіб сезонно [1].

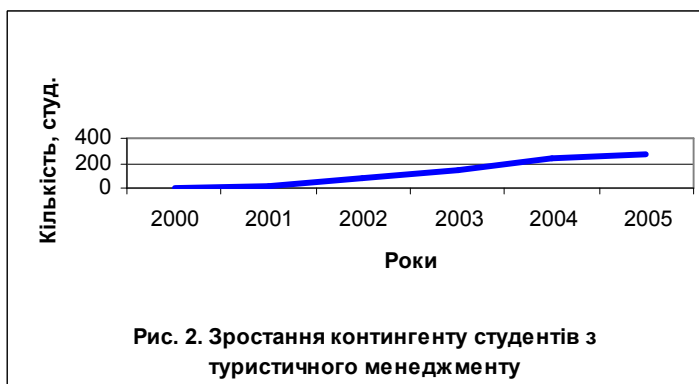
Тому питання підготовки сучасних кадрів для галузі туризму має важливе народно-господарське значення і понад 120 навчальних закладів України працює у цій сфері. Методологічні засади підготовки фахівців для туристичної галузі розглянуто в роботах [2–3]. Розглянуто також місце сучасних менеджерів в системі інноваційного розвитку суб'єктів підприємницької діяльності [4], але не розглядається питання впливу підготовки менеджерів туризму на розвиток і підвищення конкурентноспроможності власне самого навчального закладу.

Метою роботи є дослідження впливу зміни контингенту студентів (в т.ч. при введенні спеціалізації з менеджменту туризму) на підвищення конкурентноспроможності вищого навчального закладу (ВНЗ).

У 2000 році серед контингенту студентів Прикарпатського інституту ім.М.Грушевського МАУП було 2 основних напрями - право (понад 55% студентів) та менеджмент (28%). Такий стан речей не міг задовільняти, тому що навчальний заклад залежав від кон'юктури ринку освітніх послуг, особливо від попиту на юридичні спеціалізації. Тому, враховуючи зростаючу потребу у фахівцях туристичної галузі Прикарпатський інститут з 2001 року за замовленням Львівської облдержадміністрації почав готувати менеджерів туризму за спеціалізаціями “Менеджмент туризму та гоельного бізнесу”, “Менеджмент курортної сфери”, “Менеджмент сільського зеленого туризму” [5–7]. Професорсько-викладацьким складом було розроблено понад 20 навчальних планів за освітньо-кваліфікаційними рівнями молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст. Також підготовлено біля 40 навчальних програм вивчення дисциплін з туристичного та рекреаційного менеджменту.



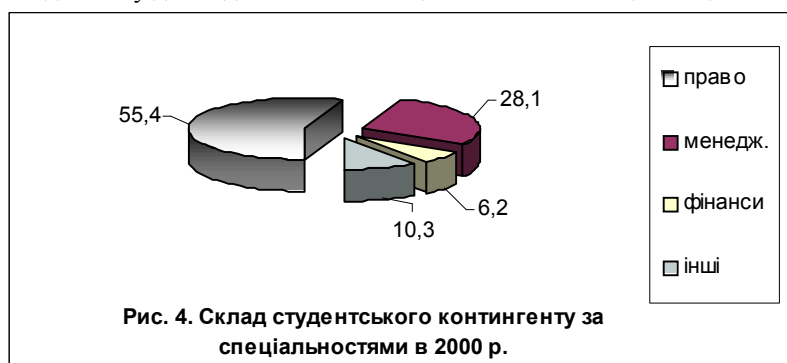
Динаміка зміни попиту на спеціальності з правознавства та менеджменту виправдала наші прогнози. В 2003 році кількість студентів з права та менеджменту (в т.ч. туристичного) практично зрівнялась, а з 2004 року спостерігається стала тенденція зростання кількості менеджерів по відношенню до кількості юристів (рис.1). Це стало можливим за рахунок стабільного зростання контингенту студентів за спеціалізацією з туристичного менеджменту (рис.2).



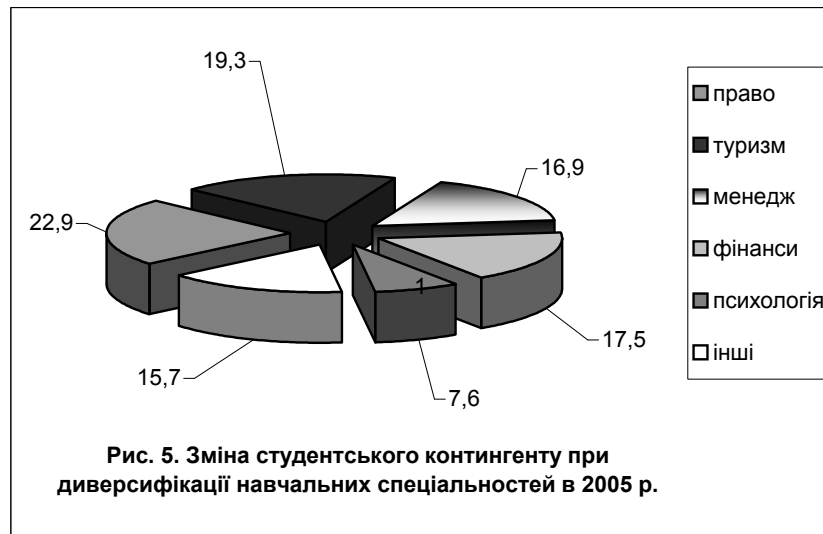
Впровадження спеціалізацій з менеджменту туризму призвело також до якісної зміни доходу навчального закладу (рис.3). Так, у 2000 р. дохід від навчання студентів за напрямом право більш ніж у 2 рази перевищував дохід від навчання менеджерів (70% та 30% відповідно). З 2004 р. дохід за напрямом менеджмент за рахунок збільшення менеджерів туризму (при практично сталому контингенті з інших спеціалізацій менеджменту) випередив дохід за напрямом право (у 2005р. відповідно 59,2% та 40,8%).



З метою підвищення конкурентоздатності вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг в умовах збільшення кількості навчальних закладів та створення нових спеціалізованих ВНЗ (наприклад, зараз на Львівщині працює понад 20 ВНЗ III – IV-го рівнів акредитації) доцільно провести диверсифікацію і розподілити контингент студентів за 5-6-ма основними спеціальностями. Це надає можливість при зміні кон'юнктури попиту на певну спеціальність зберегти стабільний економічний стан навчального закладу та своєчасно провести підготовку до введення нових спеціальностей та спеціалізацій.



Якісні зміни при диверсифікації навчальних спеціальностей у Прикарпатському інституті ім.М.Грушевського МАУП представлені на рис. 4 – 5. Якщо у 2000 році було 2 основних напрями, які становили 83,5% від загального контингенту студентів, то у 2005 році це вже понад 5 напрямів (менеджмент – 36,3%, в т.ч. менеджмент туризму 19,3%; право – 22,9%; фінанси – 17,5%; психологія – 7,6%; інші 5 спеціальностей – 15,7%).



Таким чином, введення підготовки менеджерів з туризму дозволило забезпечити стабільний розвиток вищого навчального закладу та підвищити його конкурентоздатність за рахунок диверсифікації навчальних спеціальностей. Перспективи подальших досліджень полягають у прогнозуванні попиту на нові спеціальності та спеціалізації, зокрема “Туризм”.

Джерела та література

1. Федорченко В.К. Реорганізація для консолідації // Дзеркало тижня, № 31(559) – серпень 2005
2. Квартальнов В.А. Биосфера и туризм [в 5 Т.] / Т.4 Образовательное пространство и туристское законодательство – Москва: Наука, 2002. – 368 с.
3. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму – К.: Слово, 2004. – 507 с.
4. Федулова Л.І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні – К.: “Фенікс”, 2005. – 320 с.
5. Матюхін В.О., Кашуба Я.М. Інноваційний навчальний проект туристичного менеджменту. Наукові праці МАУП, вип.3 – Київ, 2002. – С. 327 – 329
6. Матюхін В.А. Инновационный учебный проект «Менеджмент курортной сферы». Культура народов Причерноморья, № 34 – МЦ Крым, 2002. – С. 203 – 206
7. Матюхін В.А. Разработка учебного проекта «Менеджмент сельского зеленого туризма» // Международный форум «Молодежь. Спорт. Туризм». Квартальновские научные чтения (научный альманах). – Москва, 2004. – С. 483 – 485.

Охріменко О.О.

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ РИЗИКІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Невизначеність очікуваного результату господарської діяльності суб'єктів туристського підприємництва генерується факторами зовнішнього та внутрішнього середовища. Обидві групи факторів є ризикоутворюючими по відношенню до стратегічних ризиків, які впливають на загальний економічний стан підприємства.

Кожний суб'єкт туристської діяльності розробляє власну стратегію у вигляді довгострокового плану. При цьому для прийняття ефективних управлінських рішень необхідна кількісна інформація про рівень небезпек та їх залежність від різних факторів, яка може бути отримана на основі відповідного інструментарію оцінки, прогнозування та управління ризиками.

Питанням оцінки та прогнозування стратегічних ризиків підприємств присвячено наукові праці Акімова В.О., Порфирьєва Б.М., Радаєва М.М. [1], С.Л. Гуляєва [4], В.С. Романова, О.В. Бутуханова [5] та інших.

Так В.О. Акімов, Б.М. Порфирьєв та М.М. Радаєв у своїх дослідженнях вказують, що внутрішнє середовище та зовнішнє оточення вивчаються стратегічним управлінням для того, щоб виявити ті загрози та можливості, котрі організація повинна враховувати при визначенні своїх цілей та при їх досягненні [1, С.14]. В.С. Романов та О.В. Бутуханов стверджують, що підприємство у своїй діяльності взаємодіє з великою кількістю організацій, результатом чого є тісний взаємозв'язок їх ризиків [6, С.222]. С.Л. Гуляєв для оцінки впливу зовнішнього середовища на вибір стратегії підприємством пропонує здійснювати стратегічний та комерційний моніторинг. При цьому в рамках моніторингу він пропонує опиратися на такі поняття як політика, економіка, соціальна сфера, технологія [4, С.18]. Р. Сімонс вважає, що для успішного керівництва фірмою її керівники повинні чітко уявляти її стратегічний ризик, тобто враховувати можливість