

более интересный контент. Так же можно предложить раскрывать футболистов клуба. Болельщикам будет интересно узнать про футболистов своего любимого клуба. Можно разработать развлекательный контент, в котором будут задействованы как игроки, так и болельщики клуба. Но хочется отдать должное, что они обращают внимание на своих болельщиков в постоянной рубрике. ФК «Динамо Минск» с недавнего времени постит подкасты, чем разнообразил свой контент. Можно порекомендовать придумать отдельный формат, связанный с болельщиками клуба.

Можно отметить, что для достижения успеха в спортивном интернет-маркетинге необходимо использовать комплексный подход и учитывать особенности целевой аудитории. При выборе инструментов спортивного интернет-маркетинга необходимо учитывать цели бизнеса, бюджет и целевую аудиторию. К преимуществам интернет-маркетинга в спорте можно отнести: глобально присутствие, экономичность, легкость в обучении, местное воздействие и др. Приятным аспектом является то, что все эти действия отслеживаются. Это позволяет создавать еще больше интересных сообщений, чтобы повысить узнаваемость бренда или продажи. Чем больше есть возможность общения с клиентами онлайн, тем более лояльными они становятся.

1. Digital-маркетинг в спорте: преимущества и стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.likeni.ru/events/digital-marketing-v-sporte-preimushchestva-i-strategii/> . – Дата доступа: 18.03.2024.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Варвашеня А.А.

Белорусский государственный университет физической культуры,
Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства, опираясь на опыт УО «БГУФК», в результате предложены некоторые рекомендации по совершенствованию профессиональной подготовки специалистов для исследуемой отрасли.

Ключевые слова: информационные и коммуникационные технологии; цифровизация; автоматизация процессов; индустрия туризма, цифровой маркетинг.

PROBLEMS OF TRAINING FOR THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Varvashenya A .

Belarusian State University of Physical Culture,
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. The article examines current problems of training personnel for the tourism and hospitality industry, based on the experience of the BSUPC, as a result, some recommendations are proposed to improve the professional training of specialists for the industry under study.

Keywords: information and communication technologies; digitalization; process automation; tourism industry, digital marketing.

В настоящее время туризм является развивающейся отраслью в Республике Беларусь, несмотря на то, что данная отрасль является важной составляющей экономики страны, обеспечивая увеличение доходов государственного бюджета, создание рабочих мест для населения и стимулирует рост смежных секторов экономики.

Так, согласно Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года, среди основных проблем, сдерживающих развитие туризма в стране является дефицит квалифицированных кадров, соответствующих требованиям рынка труда. На начало 2024 года в Республике Беларусь подготовку кадров для сферы туризма осуществляют 8 учреждений среднего специального образования и 16 учреждений высшего образования (ежегодный выпуск – 260 – 290 и 1550 – 1835 специалистов соответственно). Обучение осуществляется преимущественно на платной основе. Из общего количества выпускников распределяются и трудоустраиваются в соответствии с полученной специальностью от 18 % до 24 % выпускников [1]. Остальные выпускники устраиваются на работу самостоятельно. По данным мониторинга, который проводился в Институте менеджмента, спорта и туризма УО «БГУФК» по специальности «Туризм и гостеприимства» за период 2019 – 2023 годы, процент выпускников, работающих по специальности составляет 10,3 %, тех, кто занят в отрасли -16,6 %.

Руководители организаций туристической индустрии говорят о необходимости обучения (переобучения) молодых специалистов на рабочих местах после получения ими соответствующего образования, что в целом свидетельствует о недостаточно практическом уровне подготовки специалистов в учреждениях образования. В соответствии с действующими в нашей стране типовыми учебными планами объем практических

занятий составляет от 8 до 17 недель за весь период обучения. В то же время в одной из ведущих мировых школ, осуществляющих подготовку специалистов для сферы туризма (г.Лозанна, Швейцария), учеба включает 23 недели теоретического обучения и 23 недели стажировки в год [1]. При этом половина стажировок проходит на базе других стран. В нашей стране, как правило, организации туристической индустрии берут студентов на срок прохождения практики без оплаты труда. Стоит отметить, что в зарубежных странах студенты имеют возможность проходить оплачиваемую практику каждый учебный год с возможностью дальнейшего трудоустройства по своей специализации. В качестве примера можно привести IHTTI School of Hotel Management в Невшателе, Швейцария. В данном учебном заведении обучение организовано на базе собственного отеля Eurotel, где студенты могут применить на практике полученные знания. Более того, во второй половине каждого учебного года IHTTI организует для своих студентов полугодовую оплачиваемую практику в самых престижных швейцарских и зарубежных отелях, ресторанах или турагентствах.

Следующий аспект, который хотелось бы рассмотреть – соответствие учебных планов-уровню готовности студента к получению инструментария для решения практических задач. Так, в национальной практике уделено значительное время изучению теоретических аспектов, с акцентом на общеобразовательные предметы, в то время как специализация начинается лишь в заключительные два курса обучения. В отличие от этого подхода, в зарубежных школах обучение начинается с практического знакомства с индустрией еще в начале учебного процесса. Студенты знакомятся с работой организаций изнутри, а обучение менеджменту начинается на более поздних этапах, когда они уже имеют практический опыт. Для примера, в УО «БГУФК, такие дисциплины как «Менеджмент в туристической индустрии», «Бренд-менеджмент в туризме» студенты начинают изучение уже в 3 семестре). В то же время в «Институте Ватель» (Vatel) – школа международного гостиничного и туристического менеджмента во Франции, который представляет собой крупнейший образовательный центр в Ницце, студенты могут развить свои способности и получить обширный практический опыт прямо на территории института, так как там находится функционирующий 4-звездочный отель, три ресторана и три современно оборудованные кухни.

Необходимо отметить, что работа в сфере гостеприимства часто включает постоянное взаимодействие с иностранными гостями, поставщиками и коллегами. В результате для работы в туристической индустрии

стрии требуется владение иностранным языком. В Республике Беларусь наблюдается определенная проблема в подготовке кадров: обучение иностранным языкам, которые считаются важными навыками, не получает должного внимания в отличие от практики зарубежных стран. Недостаточный уровень владения языком выпускниками профильных учебных заведений заставляет организациям туристической индустрии отдавать предпочтение выпускникам ведущих экономических и лингвистических вузов, либо студентам, имеющим международные сертификаты. Например, при подготовке студентов по специальности «Туризм и гостеприимство» в УО «БГУФК, студенты изучают английский язык только на 1 курсе, на втором курсе и в первом семестре 3 курса студенты изучают второй иностранный язык (на выбор) немецкий или испанский и далее семестр изучается профессиональная лексика на английском языке). В тоже время в университете Сунь Ит-сен (Чжуншан) в Гуанчжоу, Китай, на факультете гостиничного и туристического администрирования студентам доступны лекции на различных языках, при этом каждый год в учебный план включаются обязательные курсы на английском языке. Однако такой опыт может быть внедрен в практику белорусских УВО только лишь на тех учебных дисциплинах, где уровень знаний иностранного языка преподавателей будет не менее В1.

Немаловажным фактором при подготовке специалистов является использование информационно-коммуникационных технологий. Однако, одной из проблем остро стоит технологическая трансформация и обучение кадров. К сожалению, определенная часть преподавателей не использует на учебных занятиях даже некоторые элементы ИКТ. Так, нами в ноябре 2023 года проведено анкетирование студентов, 1 – 4 курсов, обучающихся на дневной форме получения образования с целью оценки использования ППС УО «БГУФК» современных информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе. В результате получены данные, что 42,3 % опрошенных считают, что ИКТ используется мало, необходимо расширять их применение. При этом отметим, что никто из респондентов не выбрал вариант ответа, что всеми преподавателями используется ИКТ на парах.

Однако, стоит отметить, что большая часть преподавателей кафедры менеджмента туризма и гостеприимства используется ряд средств, методов и инструментов современных информационно-коммуникационных технологий, среди которых можно выделить:

- 1) Обязательное использование презентаций, разработанных в Microsoft.

2) На практических занятиях по учебной дисциплине «Научные исследования в туризме» студенты изучают основные возможности использования ресурса Bestzmet, учатся загружать и обрабатывать документы в интернет на персональных компьютерах, а также создавать и редактировать требования по оформлению документов, обработать документ собственными требованиями и стандартам оформления исследовательских работ УО «БГУФК».

3) Использование специализированных компьютерных программ, например, для статистической обработки данных в SPSS Statistics, где студенты учатся создавать базы данных для обработки анкет. В результате студенты знакомятся со статистическими методами анализа маркетинговой информации, применяемой для рынка туристических услуг, проводят частотный анализ, в том числе и графический, статистическую проверку гипотез для подтверждения или опровержения наличия связей между переменными, корреляционный анализ и кластерный анализ, интерпретируя полученные результаты.

4) Использование элементов интерактива в виде просмотра видео-роликов с обсуждением и заданиями по просмотренному материалу.

5) Использование систем управления обучением (LMS). Необходимый материал для обучения размещен в системе moodle, что позволяет студентам в режиме онлайн, в удобное время готовится к дисциплинам, в том числе к сдаче зачетов и экзаменов.

6) Создание групп со студентами в мессенджерах, через которые осуществляется дополнительная рассылка необходимой информации, например, о предстоящих конференциях и форумах.

7) Использование QR-кодов для доступа к материалу, что является современной формой взаимодействия со студентами и помогает ППС распространять учебные материалы, облегчая образовательный процесс.

8) Использование возможностей Google, например, Google Trends, Google My Maps, Google Sites.

9) Работа с демо-версиями онлайн-систем-бронирования (mobile-calendar, TL: Booking Engine).

10) Использование Microsoft Excel – программы для работы с электронными таблицами в выставлении текущих и итоговых отметок студентов, а также Google classroom и др.

В целом, использование современных ИКТ в процессе преподавания ряда дисциплин, закрепленных за кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма БГУФК, реализует такие функции, как:

1. Обучающая: изучение и закрепление полученной информации, самообучение, контроль за выполнением заданий;

2. Развивающая: развитие умственных способностей, умение работать с большим объемом данных, умение анализировать большой объем информации, развитие навыка поиска информации, а также развитие творческих способностей и визуализации данных;

3. Мотивирующая: увлекательность и высокий интерес современных студентов к использованию ИКТ, понимание значимости использования и необходимости применения современных ИКТ.

Однако, представляется актуальным и целесообразным выделение следующих основных направлений использования информационно-коммуникационных технологий для формирования профессиональных компетенций студентов, обучающихся по специальности «Туризм и гостеприимство»:

– использование программ для автоматизации турагентской и туроператорской деятельности CRM система U-ON, программный комплекс «САМО-ТурАгент», система MAG. Travel и др);

– использование программ для автоматизации гостиниц, отелей, баз отдыха, санаториев, пансионатов («Amadeus», «Galileo», «Sabre» и «Woldspan»);

– использование программных продуктов по автоматизации гостиниц «1С:Отель», «Opera PMS» и др.;

– использование комплексных систем по автоматизации деятельности объектов общественного питания («Iiko», «Контур Маркет», «АТОЛ Сигма Еда»);

– использование технологий виртуальной и дополненной реальности;

– блок-чейн в туристической индустрии;

– использование в туристической индустрии ГИС-технологий.

К числу проблем в сфере подготовки кадров в индустрии туризма и гостеприимства можно отнести: недостаточное развитие нормативной базы, несоответствие содержания учебных программ европейским образовательным стандартам и квалификациям; необходимость повышения качества учебно-методических материалов; отсутствие учета специфики организации туристской деятельности в регионах Республики Беларусь при подготовке кадров; отсутствие кластерного взаимодействия бизнеса и учреждений образования и др.

Таким образом, решение этих проблем требует совместных усилий со стороны учреждений образования, бизнеса и государственных органов,

чтобы обеспечить качественную подготовку кадров, соответствующую потребностям современной индустрии туризма и гостеприимства.

1. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года. – Минск : Протокол заседания Меж- го эксперт. Координац. совета по туризму при Сов. Мин. Респ. Беларусь, 2020. – 46 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Ганусевич Д.В.

Белорусский государственный университет физической культуры,
Минск, Республика Беларусь

Аннотация. Космические путешествия – современный и очень перспективный вид туризма. В связи с этим в статье рассмотрено понятие космического туризма, основные мировые представители в данной отрасли, их достижения и перспективы, а также представлена сравнительная таблица программ космического туризма разных компаний. В заключение проанализированы положительные и отрицательные моменты космического туризма.

Ключевые слова: космический туризм, космос, туризм, космические путешествия, цифровизация, космический отель.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SPACE TOURISM

Ganusevich D.V.

Belarusian State University of Physical Culture,
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. Space travel is a modern type of tourism, promising in terms of the development of the near and distant future. In this regard, the article examines the concept of space tourism, the main world representatives in this industry, their achievements and prospects, and also presents a comparative table of space tourism programs of different companies. In conclusion, the positive and negative aspects of space tourism are analyzed.

Keywords: space tourism, space, tourism, space travel, digitalization, space hotel.