



Міністерство освіти і науки України
Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»
ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму»
Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут",
кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Факультет географії, історії та туризму
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Сучасні проблеми та перспективи розвитку
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні»

28 листопада 2024 р.
Харків

20
24

- *Міжнародна підтримка.* Фінансова підтримка грантами та інвестиціями для відновлення туристичної галузі та підтримки бізнесу від закордонних партнерів.

- *Розвиток віртуального туризму.* Через обмежену фізичну доступність туризм частково перемістився в онлайн-простір. Віртуальні екскурсії музеями, замками, історичними та природними пам'ятками стали популярними як для українців, так і для іноземців, що бажають підтримати країну й дізнатися більше про її культуру. Музеї, театри та інші культурні заклади активно проводять онлайн-заходи.

- *Розвиток внутрішнього туризму.* Спрямовання зусиль для розвитку туристичної сфери в безпечних регіонах країни може підтримати економіку даної галузі та створити нові можливості для відпочинку й відновлення українців [1].

Попри труднощі, український туристичний бізнес продовжує шукати способи адаптації та навіть розвитку. Напрями, які розвиваються зараз, мають великий потенціал для швидкого відновлення після закінчення війни, а набутий досвід допоможе українській туристичній індустрії стати конкурентоспроможною на світовому ринку [2].

Війна поставила перед туристичним бізнесом України низку серйозних викликів, водночас створивши нові можливості для адаптації. Попри труднощі, туристичний сектор залишається важливою частиною економіки України й має великий потенціал для відновлення після війни. Галузь не лише сприятиме економічному зростанню, але й допоможе Україні показати світу багатство своєї культури, історії та незламний дух народу.

Список використаних джерел:

1. Карпенко Ю., Логвин М., Тараненко О., Логвин Д., Луценко О. Стан розвитку туризму в умовах війни та повоєнне відновлення. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», №2 (108), 2023.* – С. 59-68.
2. Костинець Ю., Костинець В., Шевченко О. Розвиток туризму України в умовах війни, *Актуальні проблеми економіки, № 3 (261), 2023.* – С. 51-57.
3. Туризм в умовах війни: як подорожувати Україною безпечно [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://greentour.com.ua/turyzm-v-umovah-vijny-yak-podorozhuvatyi/>

Тихонович В. М., к. пед. н., професор,
ВСП «Харківський торговельно-економічний
фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету»

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Туристична галузь є однією з найдинамічніших у світовій економіці. З розширенням міжнародних подорожей, глобалізацією економічних процесів та культурних обмінів зростає запит на кваліфікованих працівників, здатних ефективно взаємодіяти з різними клієнтами та партнерами з усього світу. Глобальний характер туристичної індустрії передбачає, що фахівці в цій сфері щодня зустрічаються з численними культурними викликами, які вимагають від них не лише розуміння, але й уміння адаптуватися до мовних, культурних та поведінкових особливостей туристів та ділових партнерів.

Комуникативна культура в туризмі стає однією з основних професійних компетенцій. Вона включає здатність встановлювати контакт із представниками різних культур, задовольняти їхні потреби та очікування, вести ефективний діалог та переговори, демонструючи при цьому повагу до культурних відмінностей.

У швидкоплинному середовищі туристичного ринку, де зміни відбуваються дуже стрімко (виникнення та розвиток нових трендів та технологій, зміни вимог туристів), фахівці повинні вміти оперативно адаптуватися, що потребує постійного вдосконалення комунікативних навичок, зокрема вивчення іноземних мов та розуміння нових технологій, які все частіше впроваджуються в процес обслуговування туристів. Комунікативна культура містить потенціал забезпечення ефективності професійної діяльності, розвитку здатності фахівця залишатися конкурентоспроможним у туристичному середовищі.

Метою доповіді є розкриття сутності та особливостей розвитку комунікативної культури, аналіз значення комунікативної компетентності у професійній діяльності майбутніх фахівців туристичної галузі.

Комунікативна культура в найширшому розумінні є соціальним феноменом. У комунікативному процесі при обміні думками та інформацією визначаються статуси суб'єктів комунікації, речей, постають вимоги до комунікативної культури майбутніх фахівців як визначальної передумови професіоналізму [1, с. 7]. Комунікативна культура відображає рівень володіння людиною навичками міжособистісного спілкування, що включає здатність ефективно передавати та отримувати інформацію. Вона містить мовні компетенції, невербальну комунікацію, емоційний інтелект та здатність до міжкультурної взаємодії.

Дослідники комунікативної культури особистості в узагальненому вигляді дають таке її визначення: «Комунікативна культура є компонентом професійної культури майбутнього фахівця; основними характерними ознаками її є комплекс комунікативних знань, умінь, властивостей особистості, способів і форм її взаємодії, які сприяють взаєморозумінню, ефективному вирішенню завдань спілкування; це рівень розвитку особистості, її готовність до комунікативної діяльності, система поглядів і дій, які забезпечують задоволення потреб самореалізації та спосіб досягнення цілей у спілкуванні, плідну доброзичливу взаємодію людей у різних сферах життєдіяльності» [1, с. 18].

Для туристичної галузі важливість комунікативної культури пояснюється забезпеченням постійної взаємодії з клієнтами з різних країн та представниками різних культур.

Успіх професійної діяльності у сфері туризму одночасно пов'язаний зі здатністю працівника адаптувати своє спілкування до національних та культурних традиційних клієнтів. Туризм, як глобальне явище, об'єднує людей з різних куточків світу, кожен з яких має власні культурні норми, цінності, звички та етикет. Від фахівців туристичної галузі очікується, що вони не лише знають ці особливості, але й вміють правильно реагувати на них, створюючи атмосферу поваги та довіри.

Культурні особливості клієнтів впливають на всі аспекти комунікації починаючи від першої зустрічі до завершення туристичного обслуговування. Наприклад, невербальне привітання в різних культурах може суттєво відрізнятись – від уникання фізичного контакту до рукостискань чи навіть до поклонів. Неправильне розуміння таких нюансів може створити незручність.

Важливо розуміти національні традиції та звичаї, які можуть впливати на вибір туристичних послуг, очікування від подорожі та загальний досвід клієнтів. Так, туристи з деяких країн можуть мати особливі запити щодо харчування через релігійні обмеження (вегетаріанство, халяльна їжа), а інші можуть надавати перевагу окремим видам відпочинку чи активностям, які визначені культурними цінностями їхньої країни.

Етикет у спілкуванні також відіграє важливу роль. Під час взаємодії з туристами зі країн Східної Азії (Китай, Японія, Південна Корея) варто пам'ятати, що стриманість, повага до старших і колективний підхід мають велике значення. На противагу, в західних країнах клієнти можуть бути більш прямими і очікувати швидких відповідей на свої запитання.

Особливості невербальної комунікації можуть відрізнятись залежно від культури. Жести, міміка, дистанція під час спілкування – все це може мати різне значення для

представників різних націй. Погляд прямо в очі можна сприймати як знак чесності та відкритості в одних культурах, тоді як в інших – як неповага або агресія.

Знання таких особливостей та умінь їх використовувати на практиці дозволяє фахівцям туристичної галузі не тільки уникати непорозумінь, але й формувати позитивний досвід для клієнтів, що, у свою чергу, забезпечує їх задоволеність і лояльність. Для цього важливо не лише знати загальні культурні норми, але й бути здатним швидко адаптуватися до індивідуальних потреб кожного клієнта.

Успіх у сфері туризму часто залежить від умінь працівників розвивати культурну чутливість і будувати комунікацію на базі поваги до національних традиційних клієнтів, що дозволяє налагоджувати відносини з ними, підвищувати репутацію туристичної компанії на міжнародному рівні.

Для забезпечення високих стандартів обслуговування та конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг ключовою є потреба в систематичному навчанні та практичній підготовці майбутніх фахівців туристичної галузі. Сфера обслуговування, зокрема туристична індустрія, стрімко розвивається, що вимагає відповідати запитам часу, тому здобувачам освіти необхідно мати обґрунтовані знання та практичні навички, які будуть покладені в основу набуття їхнього професійного досвіду та неперервного навчання.

Систематичне навчання дозволяє здобувачам освіти за спеціальністю 242 Туризм і рекреація отримувати знання щодо різних аспектів туристичного обслуговування, в тому числі й комунікативної культури. Вони закладені у зміст навчальних дисциплін таких, як-от: основи менеджменту, організація екскурсійної діяльності, основи організаційної поведінки та бізнес-комунікацій, основи маркетингу послуг та інших. Теоретичні знання доповнюються практичними навичками комунікації, сформованими на основі розуміння особливостей комунікативної культури, вирішення конфліктних ситуацій, управління часом тощо.

Туризм є динамічною сферою обслуговування, тому майбутні фахівці повинні бути готовими до швидких змін, регулярного оновлення знань та навичок, адаптації до нових трендів, технологій та очікування клієнтів, що особливо важливо за умов глобалізації, коли конкуренція стає жорсткішою, а вимоги споживачів швидко змінюються. Значну роль про цьому відіграє розвинене критичне мислення та здатність до інновацій, оскільки вони дозволяють аналізувати нову інформацію, приймати обґрунтовані рішення та пропонувати нові ідеї для покращення сервісу.

Турбуючись про розвиток комунікативної культури необхідно особливу увагу приділяти формуванню міжкультурної компетентності. Оскільки туристична галузь часто пов'язана з міжнародними клієнтами, навчання повинно передбачати оволодіння елементами міжкультурної комунікації. Фахівець туристичної галузі має бути готовим ефективно реалізувати міжкультурну комунікацію, для цього необхідно сформувати низку компетенцій (аналітична, емоційна, креативна, поведінкова тощо) [2, с. 208].

Знання культурних особливостей, володіння мовними навичками та вміння взаємодіяти з представниками різних країн є необхідними для успішної роботи в глобальному контексті. На вироблення таких професійних навичок спрямовані навчальні дисципліни «Професійні комунікації іноземною мовою», «Українська мова за професійним спрямуванням».

Важливим у розвитку комунікативної культури майбутнього фахівця туристичної галузі є не лише зміст навчальних дисциплін, а й добір відповідних методів навчання. Неможливо переоцінити роль у цьому процесі інтерактивних методів навчання: рольових ігор, тренінгів, симуляцій тощо, які не лише підвищують ефективність засвоєння навчального матеріалу, а й сприяють формуванню практичних навичок, важливих для успішної професійної діяльності.

Рольові ігри є потужним інструментом, що дозволяє здобувачам освіти вправлятися в розвитку комунікативних умінь і навичок за умов, наближених до реальних. Вони надають можливість відпрацьовувати різні сценарії спілкування, як-от обслуговування клієнтів, ведення переговорів або вирішення конфліктних ситуацій. Під час рольових ігор учасники

розвивають емоції, реакції та поведінку, що дозволяє їм краще розуміти потреби та очікування клієнтів, що представляють різні культури. Набувають розвитку такі важливі уміння, як активне слухання, емпатія, адаптування комунікації відповідно до ситуації.

Тренінги забезпечують здобувачам освіти можливість отримати спеціалізовані знання та навички в туристичній галузі. Вони можуть охоплювати різні аспекти комунікативної культури, наприклад, техніки ведення переговорів, публічні виступи, встановлення контакту. Завдяки тренінгам забезпечується швидкий зворотний зв'язок з викладачами та одногрупниками, що дозволяє виявляти свої слабкі місця і працювати над усуненням помилок, що сприяє формуванню впевненості під час спілкування з клієнтами.

Симуляції дозволяють майбутнім фахівцям відтворювати реальні сценарії, з якими вони можуть зіткнутися в професійній діяльності. Наприклад, симуляції роботи в готелі або туристичній агенції дають можливість відпрацювати навички обслуговування клієнтів, управління часом та організацією роботи в команді. Під час симуляції учасники можуть навчитися швидко реагувати на непередбачені ситуації, що є важливим у сфері сервісу.

Інтерактивні методи, зокрема рольові ігри та симуляції, заохочують здобувачів освіти працювати в командах, бо за своєю сутністю сприяють розвитку навичок співпраці, які є важливими в професійній діяльності. Вміння взаємодіяти з колегами, обмінюватися думками та реалізовувати спільні професійні завдання є запорукою успішної роботи.

Отже, розвиток комунікативної культури майбутніх фахівців туристичної галузі є невід'ємною складовою їх професійної підготовки. Систематичне навчання з використанням інтерактивних методів сприяє формуванню важливих комунікативних навичок, які дозволяють ефективно взаємодіяти з клієнтами. Комунікативна культура стимулює розвиток професійних навичок, забезпечує створення позитивного досвіду клієнтів і довгострокових відносин з ними.

Список використаних джерел

1. Галацин К., Хом'як А. Комунікативна культура майбутнього фахівця : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2019. 132 с.
2. Гутиряк О. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Випуск 47. Том 2. С. 206–208.

Соляр Л. В., викладач,

ВСП «Могилів - Подільський технологічно-економічний фаховий коледж ВНАУ»

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СЬОГОДЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ресторанний бізнес є однією із складових туристичної сфери, яка спрямована на задоволення потреб туристів та населення у вигляді харчування. Ресторани, на думку багатьох експертів, відіграють важливу роль у житті людей.

Динамічний розвиток цієї галузі обумовлює появу закладів ресторанного господарства різних типів та цінкових категорій, що дає можливість споживачам обирати таке підприємство ресторанної сфери, що найбільш підходить для них за всіма критеріями.

Розвиток ресторанного господарства дає істотну економію суспільної праці завдяки більш раціональному використанню техніки, сировини, матеріалів; надає робітникам і службовцям протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зберігає