

Лобанова В.А., к. ф.-м. н.

Любимий В.О.

## **Проблеми викладання статистики та економетрії при підготовці фахівців для туристичної галузі**

Сучасні міжнародні стандарти та стандарти вітчизняної освіти за умови переходу останньої до Болонської угоди вимагають від спеціалістів галузі туризму, по-перше, ґрунтовних знань з блоку фундаментальних дисциплін, по-друге, глибоких знань та навичок з блоку професійних дисциплін; по-третє, вміле і комплексне застосування знань з блоку супутніх дисциплін. Наприклад, володіння декількома іноземними мовами, наявність правової підготовки, вміння працювати з людьми тощо. В даних тезах окреслено проблеми, які виникають в процесі підготовки фахівців туристичної галузі спрямування менеджмент та маркетинг в процесі викладання дисциплін фундаментального блоку, а саме статистики та економетрії (економетрики).

Відомо, що в сучасному житті найціннішим, крім безпосередньо людини, є інформація. Менеджер або маркетолог повинен мати відомості і вміння про те, як збирати, опрацьовувати інформацію та застосовувати отримані результати для подальшої професійної діяльності. Для вище визначених фахівців туристичної галузі це завдання ускладнюється так званим суб'єктивним фактором, бо значну частку інформації вони отримують безпосередньо від клієнтів, тобто людей (суб'єктів). Розв'язанням задачі по збору та класифікації інформації, а частково і по її аналізу, займається статистика. Частково задачу аналізу інформації та задачу прогнозування розв'язує економетрія (економетрика). На наш погляд, основними проблемами викладання та засвоєння знань студентами згаданих дисциплін

будуть наступні: відрив теоретичної основи курсу від практики та професійного спрямування навчання; перевантаженість теоретичного матеріалу; відсутність індивідуальної зацікавленості студентів як наслідок впливу перших двох пунктів на процес здобуття освіти майбутніми фахівцями туристичної галузі; при розв'язанні задач на частинних випадках конкретних прикладів, на деталізації математичних, аналітичних дій, безпосередніх обчисленнях губиться загальна економічна постановка задачі та комплексне бачення всієї проблеми в цілому.

Для вирішення цих проблем пропонується:

1. В процесі навчання домогтися повного засвоєння студентом наступного принципу дослідження: загальна постановка задачі → поетапне розбиття задачі → створення та реалізація алгоритмів розв'язку окремих етапів → умовивід загального висновку → впровадження.

2. Навчання побудувати за загально педагогічною методикою концентричних кіл, де рівень втручання викладача при переході від одного кола до наступного буде зменшуватися. Від репродукції до практично самостійного виконання студентом всіх етапів запропонованого принципу дослідження. Звичайно це вимагає від студента брати активну участь у процесі навчання як під час аудиторних занять, так і під час самостійної роботи. А сам процес навчання побудувати у формі співробітництва студента та викладача, де поступово домінуюча роль та ініціатива у процесі дослідження буде належати саме студенту, що дуже важливо для майбутніх менеджерів та маркетологів. Зрозуміло, що загальне планування та керівництво виконує викладач. В залежності від рівня студентів саме викладач визначає кількість концентричних кіл та щільність втручання у процес дослідження, який проводять студенти. Тому наведений нижче приклад є рекомендованим, але, на нашу думку, одночасно і базисним.

**Перше коло.** Задача 1. Аналіз якісного та кількісного складу відвідувачів

Києво-Печерської Лаври.

Дослідження проводиться за схемою, яка відповідає вище означеному принципу дослідження. Кожен етап проводиться з безпосередньою участю викладача, який разом із студентами створює і реалізує алгоритми розв'язання кожного етапу. Основна частка часу припадає на аудиторні години.

**Друге коло.** Задача 2. Аналіз пріоритетних напрямків виїзного туризму серед студентів вищих навчальних закладів.

Дослідження проводиться за аналогічною схемою, але студенти самостійно виконують всі запропоновані етапи. Викладач займається поточним контролем та корегуванням результатів поетапного розв'язку проблеми, а, в необхідних випадках, допомагає окремим студентам завершити певний етап дослідження. Відповідно змінюється розподіл годин для аудиторного та самостійного опрацювання.

**Третє коло.** Задача 3. Аналіз щільності туристичних потоків по історичним пам'яткам міста Києва.

Дослідження проводиться за схемою Задачі 1, але студенти виконують всі етапи дослідження самостійно. Контроль проводиться за відповідним звітом, а майже всі години для виконання цього завдання є годинами для самостійного опрацювання.

Вважаємо, що запропонована методика викладання статистики та економетрії може бути рекомендована для впровадження в практику викладання даних дисциплін для студентів спрямування менеджер та маркетолог туристичної галузі. Крім того, на нашу думку, вище означена методика спроможна покращити засвоєння знань із статистики та економетрії майбутніми фахівцями в сфері

загального менеджменту та маркетингу за умови відповідної модифікації.

### *Список використаних джерел*

1. Герасименко С.С. Статистика. – Київ.2000.-467с.
2. Лук'яненко І., Краснікова Л. Економетрика. – К.:Знання, 1998. – 494с.
3. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес: Учебник для вузов, обучающихся по специальностям сервиса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-239с.
4. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму. К.: Видавничий Дім “Слово”, 2004.
5. Записки КУТЕП. Выпуск 3. 2004г.