

19	професійно-педагогічних якостей наставника відповідно до комп'ютерного блоку "Штучний інтелект"	$T_{emp} = 0,11$	$T_{emp} = 2,08$
20	професійно-педагогічних якостей майстра педагогічного пливку відповідно до комп'ютерного блоку "Штучний інтелект"	$T_{emp} = 0,11$	$T_{emp} = 2,68$

З таблиці бачимо, що всі значення емпіричного критерію Крамера-Уелча для контрольної групи задовольняють нерівність $T_{emp} \leq 1.96$. Це означає, що в контрольній групі змін щодо рівня знань не відбулося, оскільки ці знання подавалися фрагментарно, лише у процесі профорієнтаційної роботи, що виявилось недостатнім. Усі емпіричні критерії для експериментальної групи задовольняють нерівність $T_{emp} \geq 1.96$. Робимо висновок, що вірогідність відмінностей характеристик порівнювальних вибірок становить 0,95. Показник зростання рівня знань в експериментальній групі зумовлений впливом запровадженого курсу в навчально-виховний процес вечірньої жіночої гімназії "Перлина".

Отже, отримані в ході дослідження дані свідчать про суттєву роль запровадження в навчально-виховний процес освітніх закладів запропонованого курсу, оскільки сприяє сформованості в учнівської молоді початкових знань щодо професії гувернера та компонентів професійно-педагогічних якостей як синтезуючих засад у визначенні професійної придатності майбутніх фахівців гувернерської сфери до педагогічної діяльності й вибору ними у майбутньому саме професії гувернера.

Література

1. Бардінов А. В. Професійно-педагогічна підготовка гувернерів в Україні: минуле і сучасність : монографія / А. В. Бардінов. – Полтава : ПП вид. Шевченка Р. В., 2013. – 268 с.
2. Побірченко Н. Диплом для гувернантки / Н. Побірченко, С. Попиченко // Освіта. – 2000. – № 44 (4–11 жовт.). – С. 3.
3. Руденко О. В. Математика – дистанційно. Тьюторство / Олександра Руденко. – К. : Редакції газет природничо-математичного циклу, 2012. – 120 с.
4. Сарапулова Є. Г. Психолого-педагогічні основи навчально-виховної діяльності гувернера : монографія / Є. Г. Сарапулова. – К. : МАУП, 2003. – 264 с.

ПЛАНУВАННЯ РОБОТИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОДИН ІЗ ГОЛОВНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ЙОГО ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*О.В. Бардінов
Полтава, Україна*

Проголошення державного туризму як одного з пріоритетних напрямків національного культурно-освітнього та економічного розвитку, що знайшло відображення в Законі України "Про туризм" [3] обумовлює розгляд питань планування діяльності туристичного підприємства.

Загальні питання управління організацією як соціального утворення, зокрема, освітньої галузі, розглядають М. Гриньова, С. Клепко, Н. Коломінський, Л. Кравченко, В. Крижко, Л. Малаканова, О. Мармаза, Ю. Палеха, Є. Панченко, Ф. Хміль, Л. Шегда, В. Яцура та ін. Управління процесом роботи туристичного підприємства з надання різноманітних туристичних послуг вивчають О. Білорус, Б. Гаєвський, Л. Даниленко, Г. Дмитренко, К. Чернуха-Гадзецька, І. Школа та інші вчені.

Однак до цього часу проблема менеджменту як управління процесом організації туристичного підприємства, спрямованого на досягнення цілей туристичної діяльності, розглядається недостатньо. Це обумовлює актуальність її вивчення.

Таким чином, беручи до уваги недостатнє висвітлення питань у цьому напрямі туристичної галузі, метою статті є: розкрити змістове наповнення одного з основних видів планування роботи туристичного підприємства – бізнес-плану як одного з головних і обов'язкових дійових документів менеджменту туристичного підприємства.

Менеджмент роботи туристичного підприємства починається з визначення місії туристичного підприємства, яку можна розглядати як стратегічний інструмент, що ідентифікує цільовий ринок і визначає бізнес, або як основну діяльність підприємства, а також мети діяльності та розробки програм їх досягнення. При цьому, не менш значимим, ніж визначення власне місії та мети, є планування діяльності туристичного підприємства. Ключовим моментом у плануванні є розробка плану роботи підприємства як одного з головних і обов'язкових дійових документів менеджменту. Це пояснюється тим, що у плані висвітлюються головні напрямки туристичної діяльності підприємства; функції та повноваження керівних органів і посадовців і є керівництвом до дії. За значеннєвим масштабом і часом досягнення цілей та завдань туристичні підприємства використовують різні види планів роботи, основними з яких є: за призначенням і часом дії (перспективні, стратегічні, середньострокові, поточні плани); за видом господарської діяльності (плани розвитку матеріально-технічної бази, капітального будівництва, технічної та технологічної підготовки, фінансовий план, план виробництва, план маркетинга, план матеріально-технічного обслуговування, план збуту); за функціональним призначенням (бізнес-план,

мережеве планування та управління, календарні плани тощо). Для прикладу конспективно зупинимось на розгляді змістового наповнення одного з видів плану туристичного підприємства – бізнес-плану, оскільки, на відміну від інших видів планування, де плани є комерційною таємницею, бізнес-планування спрямоване на двох головних користувачів: для керівництва організації та її підрозділів і для інвесторів та інших суб'єктів організації, а отож не є таємницею. При цьому слід пам'ятати, що створення бізнес-плану здійснюється за певних умов, а саме: заміна власника підприємства, створення нового підприємства, зміни в оточуючому ринковому середовищі, інноваційному задумі тощо. Зазначені чинники спонукають до створення саме бізнес-плану.

Структура бізнес-плану туристичної організації може мати такий вигляд (див. таблицю 1) [2, с. 29–31]:

Таблиця 1

Бізнес-план туристичної організації

<p>Розділ I. Туристичні послуги суб'єктів туристичної діяльності. 1.1. Характеристика туристичного продукту, заради якого створюються туристичні організації. 1.1.1. З'ясувати переваги туристичної організації у відповідності до інших. 1.1.2. Виокремити потреби, які і чиї буде задовольняти саме створена туристична організація. 1.1.3. Визначити, якими законодавчими документами буде захищена діяльність туристичної організації. 1.2. Оцінка вартості тих затрат, що потребуватиме туристична організація, надаючи основні та інші туристичні послуги.</p>
<p>Розділ II. Ємність майбутньої конкурентоспроможної туристичної установи. 2.1. Визначення конкурентоспроможності туристичної організації. 2.1.1. Виявлення готовності купити туристичний ваучер (хто, чому, скільки і коли готовий купити цей туристичний ваучер (путівку) туристичної організації). 2.2. Спроможність туристичної організації здійснювати туристичну діяльність на практиці.</p>
<p>Розділ III. Туристичні послуги підприємств аналогічного спрямування. 3.1. Характеристика туристичних послуг підприємствами аналогічного спрямування. 3.1.1. Ефективність існування туристичних організацій: <u>завдяки чому</u> (дизайну, рекламі, рівню отриманих знань тощо) або <u>кому</u> (вмілому виконанню функцій управлінської діяльності керівником туристичної установи та іншими суб'єктами туристичної діяльності). 3.2. Конкурентна спроможність тієї чи іншої туристичної організації. 3.2.1. Впровадження яких нових технологій туристичних послуг зумовлює конкурентоспроможність туристичної організації.</p>
<p>Розділ IV. Імідж туристичної організації. 4.1. Інформація про туристичну організацію (де, коли і ким розміщується інформація про туристичну установу та її тури). 4.1.1. Організація реклами туристичної організації (ким і як?). 4.1.2. Реклама туристичних послуг тієї чи іншої туристичної організації. 4.2. Критерії оцінювання туристичної діяльності організації.</p>
<p>Розділ V. Розвиток туристичної організації. 5.1. Нормативно-правові документи, які забезпечують існування та перспективу розвитку туристичної організації. 5.1.1. Статут. Ліцензія. Положення. 5.1.2. Інноваційні підходи до організаційно-правових форм управління туристичною організацією. Впровадження НОП. 5.1.3. Державно-громадське управління туристичною організацією. 5.2. Внутрішній менеджмент та його роль у розвитку туристичної організації. (Назвати основні функції внутрішнього управління: аналіз інформації, планування, організація, контроль і загальна для всіх функцій – функція прийняття рішень. Визначити завдання кожної функції; види планів роботи туристичної організації; функціональні обов'язки персоналу туристичної організації).</p>

Розділ VI.**Організаційно-функціональна схема туристичної установи.**

- 6.1. Кадровий склад туристичної організації.
 - 6.1.1. Визначити, які фахівці потрібні туристичній організації (профіль, досвід, освіта тощо).
 - 6.1.2. З'ясувати, на яких умовах працюватиме кожен із запрошених на роботу до туристичної організації (постійна робота чи за сумісництвом, за контрактом чи на договірній основі).
 - 6.1.3. Ознайомити з функціональними обов'язками кожного, хто працюватиме у даній туристичній організації, тобто чітко визначити: хто і чим буде займатись.
- 6.2. Виокремити координуючі й контролюючі органи управління туристичною організацією (хто безпосередньо здійснює управління туристичною установою, який вищий орган громадського самоврядування в ній; який постійно діючий, дорадчий, колегіальний орган, хто голова його тощо).

Розділ VII.**Фінансовий план розвитку туристичної організації.**

- 7.1. Законодавча база фінансово-господарської діяльності туристичної організації.
- 7.2. Фінансові документи плану (таблиця доходів і витрат на туристичний продукт; баланс витрат і надходжень; графік прогнозу обсягу реалізації турпродукту).
- 7.3. Оцінка можливих витрат туристичної установи (впровадження того чи іншого інноваційного турпроекту, технології тощо).

Розділ VIII.**Програма страхування туристичної організації.**

- 8.1. Інформація про різні ризики (що спроможне привести до припинення діяльності туристичної організації).
 - 8.1.1. Засоби профілактики ризиків.
 - 8.1.2. Шляхи запобігання ризикам.

Як бачимо з таблиці, складовими змісту бізнес-плану туристичної організації є: короткий опис діяльності туристичної організації (у нашому випадку – це виготовлення туристичного продукту), в тому числі: призначення продукції, наявність патенту (або ліцензії), стан конкурентного середовища; виробничий план (джерела інформації для розробки послуг, організаційний план (оргструктура організації, кадри, форма власності, оплата праці, функції кадрової служби); оцінка ризику і засоби їх зменшення; фінансовий план і побудова прогнозованої звітності та додатки [1, с. 98–109]. Таким чином, характерною ознакою у створенні бізнес-плану є те, що вже у вступній його частині стверджується одне з визначальних завдань організації – здійснення туристичної діяльності, яка у Законі України “Про туризм” трактується як “діяльність з надання різноманітних туристичних послуг (туристичний продукт), спрямованих на задоволення потреб туристів” [3, с. 578–579].

Отже, планування роботи туристичного підприємства в умовах ринкової економіки виступає головним чинником розвитку його туристичної діяльності.

Література

1. Бардінов О. В. Бізнес-план як засіб реалізації прогностичного компонента управління освітнім закладом / О. В. Бардінов // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції “Організація навчальних закладів III–IV рівнів акредитації як соціально-педагогічних комплексів”. – Полтава, 2006. – С. 98–102.
2. Бардінов О. В. Менеджмент в освіті : навч.-метод. посіб. для магістрів пед. вузів / О. В. Бардінов. – Полтава, 2004. – 44 с.
3. Закон України “Про туризм”. – К., 1995. – № 324/95–В. Р., 15 вересня 1995 р.
4. Школа та ін. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / за ред. проф. І. М. Школи. – Чернівці, 2009. – С. 578–579.

**ВПРОВАДЖЕННЯ КОЗАЦЬКОЇ СИСТЕМИ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ
У СУЧАСНІЙ ШКОЛІ – ЗАПОРУКА ЗМІЦНЕННЯ ЗДОРОВ'Я ШКОЛЯРІВ**

*В.Д. Бардінова
Полтава, Україна*

У Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті наголошується на зміцненні здоров'я української нації. Це – найактуальніше завдання нашого сьогодення. Адже серед учнів шкіл понад 15 відсотків дітей мають ті чи інші захворювання і віднесені до так званої підготовчої, а то і спеціальної медичної групи.

Вихід із кризової ситуації вбачаємо у правильній побудові системи фізкультурних заходів, яка покликана підтримувати і покращувати стан здоров'я школярів. Зокрема, у сучасній школі можна відродити систему фізичного виховання дітей, що існувала за доби козаччини. Тут, нагадаймо, існували