

Розвиток компетенцій персоналу івент-туристичної діяльності

Основною темою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) в січні 2019 році була міжнародна співпраця в епоху розвитку нових технологій, тому що нові технології, зміни та феномен новизни стали конкурентною перевагою номер один в сучасних умовах економічної діяльності.

Клаус Шваб в своїй книзі «Четверта промислова революція» зазначає: «Ми є свідками кардинальних змін в усіх галузях, які відзначені народженням нових бізнес-моделей, деструктивним впливом на традиційні компанії, а також корінним перетворенням систем виробництва, споживання, транспортування і постачання [1]. Тобто не тільки інновації та зміни, але й швидкість перетворень є стигматом сучасності. Розвиток інноваційних технологій йде більш швидкими темпами.

Що стосується соціальної сфери, додає К. Шваб, то «зміна парадигм відбувається в тому, як ми працюємо і спілкуємося, самовиражаємося, отримуємо інформацію і розважаємося» [1]. Таким чином, ми торкаємося освітнього аспекту, змінюється образ життя людини, система цінностей, незважаючи на те, що фундаментальна генетична база життєдіяльності ще залишається як й тисячі років тому. Як наслідок, необхідно переглядати підходи щодо формування професійних характеристик, особливо в сфері взаємодії людей, образу їх мислення.

Провідні високотехнологічні компанії Google, Facebook, Amazon, IBM, Microsoft - об'єднують зусилля для розробки майбутнього застосування штучного інтелекту. Однією з розробок соціальної мережі Facebook є штучний інтелект, здатний читати і розуміти зміст прочитаного (Deer Text). Дана програма, запевняють розробники, здатна сприймати тексти з такою ж точністю як і людина. Відбувається поступове витіснення людини з ринку праці, знецінення багатьох професій, затребуваність людини взагалі. «Традиційні ролі зникнуть, тому що зникнуть багато робочих місць, і таким чином зникне вся структурна ієрархічна система, - вважає Джеймс Кантон, доктор філософії, голова і головний виконавчий директор Institute for Global Futures. - В кінцевому підсумку ви залишитеся з системою в мережі, з людьми і штучним інтелектом, - де всі збираються, щоб змішатися» [2]. За думкою Дж.Кантона в системі виробничих відносин з'являються нові гравці – носії штучного інтелекту. Таким чином, стає завдання, як

використати штучний інтелект при розвитку професійних навичок на ринку праці, як подолати конкурентну перевагу штучного інтелекту в швидкості отримання знань та навичок.

Як характеризує сучасну ситуацію Міністр праці Франції Мюріель Пеніко (Muriel Pénicaud) «Ми стали свідками того, що доступ до капіталу в світі більш простий, ніж доступ до навичок» [3]. Продовжимо цю ідею, що доступ до навичок теж зараз відкритий, але здатність навчатися та засвоювати знання та навички стає окремою компетентністю та конкурентною перевагою в умовах параметрів професійної діяльності, що швидко змінюється.

Крістофер Піссарідес, нобелівський лауреат з економіки, в лекції «Людський капітал після четвертої індустріальної революції» (Human Capital in the Fourth Industrial Revolution), говорить що залишилося зовсім небагато областей, де людини невдовзі не витіснять роботи. Це охорона здоров'я, освіта, гостинність, нерухомість, домогосподарство і персональні послуги. [4].

З огляду на це вимоги до майбутніх фахівців сфери туризму становляться іншими. Так, надання туристичних послуг практично не можливо традиційним методом. З кожним роком число прихильників стандартних пакетів туристичних послуг зменшується, залишається попит на персональні послуги, індивідуальний підхід та високоякісний прояв гостинності. Споживач туристичної послуги бажає нових вражень, доля туристів, бажаючих стати свідками певної події збільшується у загальній кількості. За результатами останніх досліджень кількість туристів подієвого сектору туризму складає 35% від загального попиту на всі тури. Розвиток подієвого туризму стимулює появу фахівців в даній галузі. А в умовах глобального інформаційного простору, все більш актуальним є підготовка фахівців з івент туристичної діяльності.

Івент-туристична діяльність – це діяльність, яка пов'язана як з розробкою, організацією та проведенням події, так і з спрямуванням туристичного потоку на цей захід. З точки зору туриста подією є захід, свідком якого він бажає бути.

Аналіз Галузевого стандарту дозволяє зробити висновок, що компетенції спеціалістів з туризму сформульовані загальною. Компетенції,

наприклад, магістра з туризмознавства, можна прив'язати до трьох функцій (науково-дослідницької, організаційно-управлінської, проектно-інноваційної) майбутньої діяльності випускників. Таким чином, відповідність фахівця у певній діяльності головним чином обумовлюється попитом на ринку праці.

Так, на ринку праці сформувалася потреба у так званих MICE-менеджерах. MICE - це організатор ділових поїздок в індустрії туризму. Аббревіатура MICE утворена від заголовних букв англійських слів, які є елементами пакету послуг корпоративних клієнтів по ділових подорожах:

Meeting - зустріч

Incentives - діловий

Corporate (або Conference) - корпоративний захід: конференції, тренінги, тим-білдинг

Events - заходи.

Спектр вимог на ринку праці до фахівців з організації подій в туристичній сфері достатньо великий. Результати дослідження вимог роботодавців в туристичній галузі до кандидатів дозволили звести головні якості та компетенції спеціалістів до наступних: досвід роботи в сфері організації заходів - не менше двох років, презентаційні навички, розвинені комунікативні здібності, знання проектного менеджменту та досвід управління проектами, знання ринку івент-туристичних послуг, вміння працювати над декількома проектами одночасно, вміння вести звітність та складати бюджет проектів, досвід координації роботи учасників проекту, вміння правильно ставити цілі і завдання, описувати їх в технічних завданнях, вміння працювати в команді та самостійно (в тому числі в режимі обмеженого часу, в умовах стресу), вміння працювати з людьми: гнучкість в спілкуванні, вимогливість, тактовність, вміння швидко реагувати і знаходити рішення в нестандартних ситуаціях, висока самоорганізація, креативне мислення, творчий підхід до справи. Згідно з недавніми дослідженнями ринку праці, типовим представником професії фахівця з івенту є молода жінка з вищою освітою. Фахівці у віці до 30 років складають 71% від загального числа претендентів. Представників сильної статі серед event-менеджерів усього 7%. Вищу освіту мають 64% кандидатів на цю посаду. 36% event-менеджерів вільно володіють англійською мовою [5].

На думку авторів здатність визначати мотиваційні чинники економічної поведінки споживача події є найголовнішою компетенцією фахівця з івент-туристичної діяльності. Як правило, знання людини обмежені щодо прийняття раціональних рішень, обмежені можливості обробки інформації, тому рішення часто приймаються в умовах інформаційної насиченості та невизначеності одночасно [6]. Яку психологічну компенсацію отримує споживач події при відвідуванні заходу? В світі щоденно

проводять від 500-800 заходів. Але тільки мала частина із загальної кількості заходів відома світовій спільноті. Такий стан речей обумовлений бажанням споживача бути свідком певної події не один раз.

Пілотне дослідження з метою виявити основні характеристики вражень, які мотивують потенційних споживачів туристичних послуг приймати рішення щодо прийняття участі в івенті показало, що існує зацікавленість в отриманні гностичних, естетичних та глористичних емоцій. Гностичні емоції (від грец. Gnosis - знання). Це те, що зазвичай називають інтелектуальними почуттями. Вони пов'язані не просто з потребою в отриманні будь-якої нової інформації, а з потребою в «когнітивній гармонії» [7]. В загальному сенсі естетичні емоції проявляються в насолоді красою. Глоричні емоції (від лат. Gloria - слава). Ці емоції пов'язані з потребою в самоствердженні, славі, в прагненні завоювати визнання. Зокрема, саме отримання таких емоцій, спонукає людину першою відвідувати нові заходи. Саме емоції наповнюють будь-яку подію змістом, а потреба у їх відтворенні є мотиваційним чинником для відвідування заходу.

В сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства гостро стоять два види кризи: криза довіри і криза навичок, які знаходяться під тиском цифрових викликів. Рівень психологічного навантаження у сучасної людини зростає з кожним днем. Відвідування подій є одним з засобів зняття емоційної перенапруги. Таким чином, важливим є розвиток таких якостей і компетенцій фахівця з івент-туристичної діяльності: креативне мислення, здатність до «емпатичного слухання».

Список літератури

1. Шваб К. «Четвертая промышленная революция» /Клаус Шваб / изд. Эксмо, 2016г. – С. 208
2. Какой станет работа в 2050 году? 9 прогнозов от футурологов [Електронний ресурс]. Доступно: <https://thepoint.rabota.ua/kakoy-stanet-rabota-v-2050-godu-9-prognozov-ot-futurologov/> Дата звернення 10.03.2019
3. Future of work: 5 top insights from Davos experts [Електронний ресурс]. Доступно: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/future-of-work-tk-top-trends-from-davos/>Дата звернення 10.03.2019 Дата звернення 11.03.2019
4. Какие профессии будут востребованы через 5-7 лет [Електронний ресурс]. Доступно: <https://www.iqconsultancy.com.ua/articles/kakie-professii-budut-vostrebovany-cherez-5-7-let/> Дата звернення 16.03.2019
5. Event-менеджер: зарплати і вимоги в Києві [Електронний ресурс]. Доступно: <https://delo.ua/> Дата звернення 17.03.2019
6. Наумік К.Г. Нейроекономічний підхід щодо розвитку івент-туристичної діяльності [Текст]/ К.Г. Наумік, К.М. Вовк // НТЗ Комунальне господарство міст № 12 -2017.- С.33-38
7. Додонов Б. И. Компонентный анализ эмоционального содержания интересов, мечтаний и

воспоминаний человека // Вопросы психологии. —
1977. — № 2. — С. 145-155.