

УДК 338.48
ББК 88.4



Г.Ф. ГОЛУБЕВА

Кандидат психологических наук, доцент



В.В. СПАСЕННИКОВ

Доктор психологических наук, профессор

МЕТОД ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ

G.F. GOLUBEVA, V.V. SPASENNIKOV

**CREATIVE PROJECT METHOD IN THE ECONOMIC PSYCHOLOGY OF TRAVEL
BUSINESS MANAGEMENT**

Аннотация: Статья посвящена междисциплинарным аспектам исследования феномена туризма на основе метода творческих проектов с позиций экономической психологии инновационного менеджмента. Предложена инновационная региональная модель управления ресурсным потенциалом, которая дает возможность оценить различные варианты развития туристического бизнеса.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, экономическая психология, творческий проект, туристический потенциал, инновационная модель управления региональным ресурсным потенциалом туризма.

Summary: The paper considers results of experimental economic psychology investigating of resources management in travel business. The investigation is based on the authors creative project method in the economic psychology.

Keywords: innovative management, economic psychology of the travel business, model of resources management in travel business.

Туризм в глобализирующемся обществе выступает одним из самых доходных секторов мировой экономики. Высокая доходность туристической сферы, активизация и повышение спроса на туристические продукты, формирование новых туристических регионов, создание теоретических основ новой науки – экономическая психология и экология туризма, обуславливают зарождение фундаментальных и прикладных исследований в сфере туризмологии (А.Ю. Александрова, 2002) [1].

В глобализирующемся обществе туризм является широко распространенным явлением, затрагивающим

многие стороны экономической жизни. Туризм, как особая разновидность человеческой деятельности, стремительно меняет своё положение в жизни современного человека, превращаясь из удовольствия для избранных в обычный для человека способ организации своего досуга. Люди совершают путешествия с экономическими, личными, деловыми целями. Можно говорить о том, что современный развивающийся человек часто путешествует, что обеспечивает его профессиональную и психологическую компетентность. Феномен туризма все чаще становится предметом ис-

следования в науке [2, 3].

С точки зрения современных исследователей, масштабность и темп социальных изменений в эпоху глобализации, неузнаваемо изменяющих жизнь человечества, ставит перед научным сообществом потребность создания адекватной теоретической модели данного феномена. Отсутствие четких ориентиров социального развития современной цивилизации, нерешённость глобальных проблем, трансформация самой сущности туризма – всё это ставит перед исследователем задачи, требующие своего решения (А.Д. Карнышев, 2010) [4].

Разработанные на кафедре экономики и менеджмента Брянского государственного технического университета разделы программы курсов «Экономическая психология» и «Инновационный менеджмент» в области турбизнеса включают в себя маркетинг-менеджмент и изучение возможности привлечения населения к путешествиям, в том числе, заграничным.

В структуре учебных планов нами систематизированы основные требования к профессиональному образованию будущих менеджеров организации, что в значительной мере упростило процессы выбора деловых игр и проектирование имитационных вариантов учебной деятельности в соответствии с формируемыми компетенциями [5; 6].

Нами разработаны типы творческих проектов и их основные группы, которые соответствуют разделам интегрированного спецкурса «Экономическая психология в туристическом бизнесе» и направлены на формирование ключевых компетенций, креативности и предприимчивости (инновационному потенциалу)

Таблица 1. Типы проектов и приоритеты проектирования в туристическом бизнесе

№	Типы творческих проектов	МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ (ПРИОРИТЕТЫ)				
		1	2	3	4	5
1	Маркетинг-менеджмент	А	Д	Е	В	С
2	Инновационный менеджмент	А	В	С	Д	Е
3	Психология рекламы	Е	Д	А	В	С
4	Реализация турпродукта	Д	С	Е	А	В
5	Управление персоналом	А	Д	С	Е	А
6	Экономическая психология	А	В	Д	Е	С

Обозначения: «А» – методы анализа производственной ситуации, «В» – методы планирования развития турпредприятия (бизнес планирование с учетом состояния социально-экономической сферы региона), «С» – методы принятия управленческих решений, «Д» – методы оценки эффективности турбизнеса, «Е» – методы реализации элементов проекта развития турпредприятия.

будущих специалистов.

В табл. 1 показана типовая направленность и приоритеты основных групп творческих проектов в турбизнесе. Обобщенная модель творческого проекта стимулирует творческий поиск студентов, активизирует как индивидуальные и групповые формы учебных занятий, так и самостоятельную работу.

При традиционных формах учебных занятий главными недостатками являются пониженная активность студентов, недостаточный интерес к учебному материалу, отсутствие креативности. Рассмотрение более сложных и творческих заданий переносится на самостоятельную работу, тогда как семинарские и практические занятия, выполнение курсовых работ позволяют активизировать деятельность студентов.

Характер предложенных творческих заданий и, соответственно, поисковой деятельности студентов варьировались в широком диапазоне, были использованы следующие варианты реализации творческих проектов [2; 3]:

- вопросно-ответная форма обучения, предполагающая не просто репродукцию, но и продвижение в познании, поиск нового, что достигалось путем постановки проблемных вопросов;
- теоретическое исследование: самостоятельное рассмотрение студентами несложных теоретических аспектов производственных ситуаций; итоги теоретических исследований заканчивались оценкой со стороны ведущего занятия;
- практическое исследование, связанное с анализом инвестиционных проектов группами;
- диспут или дискуссия, в ходе которых создавались проблемные ситуации, стимулировавшие углубленное рассмотрение и осмысление изучаемого вопроса и желание отстаивать свою позицию;
- решение творческих задач, под которыми обычно понимались задания, требовавшие применения знаний в новых для обучаемого условиях;
- игровое моделирование защиты творческих работ практического обучения профессиональной деятельности.

Разработана технология итогового контроля профессиональных знаний студентов в виде творческих проектов, выполнение которых осуществлялось в ходе деловой игры «Турагентство». Игра представляет имитацию производственной деятельности, которая сочетается с практическими формами обучения в течение семестра. Для определения эффективности метода

творческих проектов по отношению к традиционным методам обучения нами анализировались три элемента процесса профессионального обучения – освоение теоретических знаний, качество практического обучения и творческий уровень курсовых работ. Анализ творческих проектов студентов показал, что наличие туристического потенциала позволяет завоевать позиции на рынке только при проведении активной государственной политики поддержки туризма. Нами разработана модель управления ресурсным потенциалом туризма в Брянской области (рис. 1).

Разработанная модель позволяет проанализировать и обобщить возможные варианты развития туристской сферы в регионе, определить характер освоения ресурсного потенциала туризма, сопоставить вероятное развитие данной отрасли с уровнем в стране и в мире. При этом в качестве мер воздействия на факторы, активизирующие использование турпотенциала в Брянской области, предложено: 1) увеличение инвестиций в науку, образование, переподготовку кадров путем предоставления льгот турфирмам, выделяющим средства на обучение своих сотрудников; 2) увеличение скорости внедрения передовых технологий туристской сферы путем оптимизации деятельности турорганизаций; 3) осуществление комплекса мер по содействию туристским предприятиям в поиске инвесторов для укрепления ресурсного потенциала туризма области [3, 5].

В процессе защиты творческих проектов риторическим был вопрос: как ещё можно привлечь туристов? Создавать уникальные туристические объекты, которые не имеют исторического прошлого и ценности наследия. Примерами таких объектов являются популярные региональные (местные) комплексы (например, резиденция Деда Мороза в г. Великий Устюг). Для этого требуется уникальная бизнес-идея, большие инвестиционные вложения, эффективная PR-кампания. Но если

проект окажется успешным, созданные туристические объекты будут пользоваться высоким туристическим интересом и спросом, как среди местного населения, так и среди приезжих туристов, обеспечивая дополнительные доход в городской бюджет, пропагандируя семейные ценности и развитие современного социального и культурного наследия региона [7, 8].

В результате защиты проектов были сделаны следующие выводы:

1. Сдерживающими факторами как въезда иностранных туристов в Россию, так и развития внутреннего туризма являются несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристскую отрасль, недостаточное развитие туристской инфраструктуры, небольшое количество гостиниц туристского класса, низкое качество оказываемых услуг, дефицит квалифицированных кадров, отсутствие эффективной региональной инвестиционной политики.

2. В связи с быстрым развитием туристической сферы возникает необходимость качественной и количественной оценки рекреационных и туристических ресурсов. Необходимо в короткие сроки проводить активное строительство новых объектов для размещения туристов и туристической инфраструктуры, модернизацию существующей материальной базы.

3. Развитие туризма в Брянской области требует разработки эффективных механизмов, объединяющих инициативы государственной власти, бизнеса и культурных центров. На основе проведенного анализа можно констатировать, что Брянская область обладает достаточным потенциалом для развития внутреннего туризма, т.к. является культурно-историческим регионом, привлекательным для туристов, за счёт наличия уникальных памятников природы, архитектуры, мемориальных комплексов воинской славы.

4. Разработанная модель управления ресурсным потенциалом туризма Брянской области даёт возможность проанализировать и обобщить возможные варианты развития туристской сферы в регионе, определить характер освоения потенциала туризма в области, составить инновационную программу развития туризма в регионе на базе проводимых экономико-психологических исследований.

Перспективой дальнейших

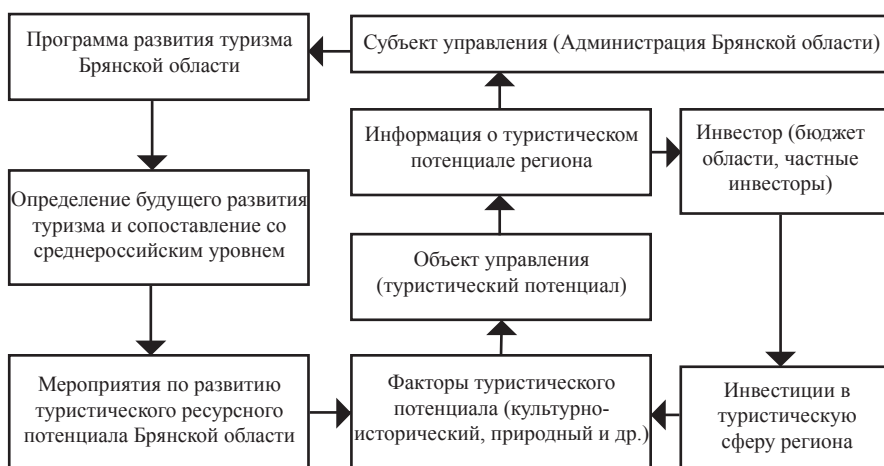


Рисунок 1. Модель управления ресурсным потенциалом туризма Брянской области.

исследований является унификация турпродуктов для разных сегментов потребителей за счет экономико-психологического обеспечения морфологическим синтезом составляющих турпродукта.

Библиографический список

1. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 344 с.
2. Волкогонова О.Д. Управленческая психология / О.Д. Волкогонова, А.Т. Зуб. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 352 с.
3. Дьяченко О.Н. Сфера туризма как способ глобализации мировой экономики / О.Н. Дьяченко // Российский экономический журнал [Электронный ресурс] / Академия труда и социальных отношений – М.: АТиСО, 2002-№ гос. регистрации 0420600008.
4. Карнышев А.Д. Экономические и этнологические аспекты туристического бизнеса и бренда объектов природы (дестинаций) [текст] / А.Д. Карнышев, М.А. Винокуров. Этнокультурные традиции и инновации в экономической психологии. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2010. – С. 424-456.
5. Природные ресурсы и окружающая среда объектов Российской Федерации Центральный федеральный округ: Брянская область / под ред. Н.Г. Рыбальского, Е.Д. Самотёсова и А.Г. Митюкова. – М.: НИИ-Природа, 2007. – 1144 с.
6. Спасенников В.В. Экономическая психология / В.В. Спасенников. – М.: PerSe, 2010. – 464 с.
7. Savage R.N., Cben K.C., Vanasupa L. Integrating Project-Based Learning Projekt Through-out the Undergraduate Engineering Curriculum // IEEE Eng. Management Rev 2009. – Vol. 37. – N1. – P.25-37.
8. Stelzer-Rotbe T. Kompetenzen in der Hochschullehre: Rustzeug fur gutes Lehren und Lernen an Hochschulen. – Rinteln, 2008. – 400 p.