

ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Развитие туристического рынка Украины до 2014 г. характеризовалось положительной динамикой. По данным Государственной службы статистики за 2009–2013 гг. численность украинцев, выехавших за рубеж, возросла на 55 % при увеличении численности иностранных граждан, которые посетили Украину, — на 18,6 % [1]. Наблюдается тенденция превышения численности граждан Украины, которые выезжали за рубеж, над иностранными туристами. Кроме того, факторами роста стали: эффективная рекламная кампания туристических возможностей Украины на телевидении и в Интернете в связи с подготовкой к проведению Евро-2012, что значительно улучшило имидж Украины как туристической страны на международном рынке; персонифицированный подход к созданию, продвижению и реализации туристических услуг с помощью информационных технологий. Увеличение въездных туристических потоков в 2013 г. связано с успешной организацией проведения чемпионата по футболу.

Несмотря на значительный туристическо-рекреационный потенциал страны, вхождение известных международных гостиничных сетей, развитие информационных технологий и цифрового общества в целом, туризм не является одной из передовых отраслей национальной экономики. Роль Украины на мировой арене остается незначительной.

К тому же, в 2015 г. выездные туристические потоки уменьшились на 2,6 % по сравнению с 2013 г., а въездные — на 49,6 %, и только начиная с 2016 года произошло незначительное увеличение соответственно на 6,6 % и 7,3 % [1]. Уменьшение в два раза въездных туристических потоков связано прежде всего с нынешней политической и экономической нестабильностью в стране; сокращением объемов инвестиций; нестабильностью курса валют; повышением цен, в том числе и на туристические услуги; снижением платежеспособности населения; неэффективным механизмом гарантирования безопасности туристов; временной оккупацией Крыма и военными действиями на востоке страны.

По данным Администрации Государственной приграничной службы Украины в 2017 г. численность иностранных туристов возросла на 6,7 % по сравнению с прошлым годом. В структуре въездных потоков преобладают граждане Молдовы (31,2 %), Республики Беларусь (19,2 %), Польши (8 %), Венгрии (7,4 %), Румынии (5,6 %). Однако процент граждан отмеченных стран, посетивших Украину с туристической целью, составил меньше 1 % [1].

Такая ситуация связана не только с политическими, экономическими, международными, социальными проблемами, но и с нарушением территориальной неприкосновенности страны, что привело к ограниченному доступу и использованию национальных туристических ресурсов.

Учитывая изложенное, необходимо осуществить реформирование туристической сферы посредством гармонизации законодательства с нормами Европейского союза и стран — членом ЕС; разработки стандартов профессиональной подготовки в сфере туризма и стандартов по предоставлению туристических услуг; объединения туристических предприятий в сети на условиях франчайзинга; совместных действий субъектов туристической деятельности с органами государственной власти, региональными органами управления, органами местного самоуправления относительно продвижения

Украины и ее туристических возможностей на международный рынок и, самое главное, обеспечение политической и экономической стабильности.

Литература

1. Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ukrstat.gov.ua>.

*Т. Л. Майборода, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ИНФОГРАФИКА В МОДЕЛЯХ СМЕШАННОГО ОБУЧЕНИЯ

Одной из важнейших задач преподавательской деятельности является облегчение процессов эффективного усвоения информации, конвертации ее в знания. Инфографика, т.е. графический способ отображения информации, является очень полезным инструментом, так как она позволяет сжато и понятно отобразить сложную информацию, структурировав ее и выделив главное. Смежными понятиями выступают информационная и статистическая визуализация, информационный дизайн и архитектура. Их всех объединяет акцент на яркий, привлекающий внимание дизайн и минимум текста. Содержательно инфографика должна помочь увидеть тенденции, провести сравнение, уловить масштабы, закрепить основные идеи.

Искусство создания инфографики выросло из коммерческого интереса «продать» информацию. Сегодня в условиях жесткой конкуренции за внимание и перехода СМИ к все более лаконичным формам сообщений, а также в рамках тенденции к геймификации любого контента, инфографика используется все чаще и чаще. В Республике Беларусь сайты всех основных СМИ имеют раздел инфографик, как и сайты государственных учреждений, выпускаются специализированные интернет-журналы, выполняются коммерческие заказы по подготовке инфографик для нужд бизнеса, проводятся тренинги и семинары. С 2015 г. интернет-портал tut.by проводит учебный курс по инфографике и визуализации данных.

Можно выделить следующие основные типы инфографики: статистические; временные ряд; картографические; процессные, списки, иерархии; сетевые. Инфографику можно также разделить на статичную, динамичную и интерактивную. В инфографике основными элементами являются графики, блок-схемы, алгоритмы, карты, списки, которые суммируют необходимую информацию. Не меньшее значение могут иметь цветовые акценты, расположение элементов инфографики относительно друг друга, сравнительные масштабы и т.п.

В образовательной сфере инфографика позволяет привлечь, задержать интерес, объяснить и наглядно показать информацию. Можно выделить два перспективных пути работы с инфографикой в преподавательской деятельности:

- а) подготовка преподавателем учебных материалов в виде инфографики;
- б) обучение студентов или учеников основам инфографики для создания коллективных проектов, подготовки домашних заданий.

Второй подход позволяет достичь нескольких целей: во-первых, помочь студентам научиться структурировать информацию, выделять главное из 20–30 страниц текста и находить взаимосвязи; во-вторых, если создавать проекты в рамках малых групп, то коллективная работа будет способствовать формированию навыков кооперации, а также