

4. Екотуризм [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
http://www.zeleniyturizm.com.ua/ua/zelenyy_turyzm/ekoturizm/

L. Ponomarenko, K. TrostIanska. Ecological tourism: trends and perspectives.

Summary

The features of ecological tourism in Ukraine are considered. The most active regions of the state that develop this type of tourism are revealed. The positive impact of the introduction of «green tourism» on the territory for both the inhabitants themselves and for the preservation of the cultural and natural heritage has been analyzed.

Key words: ecotourism, «green tourism», employment, culture.

Каушан Корина

*Д-р экон. наук, и.о. доцента,
University «Perspectiva-INT»,
г. Кишинёв, Республика Молдова
university@perspectiva.md*

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА – КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

В статье анализируются основные причины низкого уровня занятости сельской молодежи: низкая заработная плата; отсутствие профессионального опыта; ограниченное предложение рабочих мест; отсутствие подготовки к требованиям современного рынка труда; снижение интереса и мотивации молодежи к работе в туристическом секторе. Занятость в туризме в рыночных условиях как мотивация трудовой деятельности села.

Ключевые слова: сектор туризма, занятость, рабочие места, мотивация.

Молодежь представляет собой наиболее ценный человеческий ресурс для экономического развития общества. Она составляет 24 процента (согласно данным за I квартал 2017 года) от общей численности экономически активного населения Республики Молдова. Но, к сожалению, эта категория населения принимает довольно скромное участие в экономической деятельности страны.

Доля молодых людей, осуществляющих экономическую или социальную деятельность по производству товаров или оказанию услуг, составляет около 27 процента. Согласно национальному законодательству молодыми людьми являются лица в возрасте от 16 до 30 лет, в то время как официальная статистика Республики Молдова оперирует возрастной

категорией от 15 до 29 лет. В Республике Молдова доля молодежи составляет 27,3 процента от общей численности населения. В данную возрастную группу входят старшеклассники, студенты, трудоустроенные молодые люди, квалифицированные молодые специалисты и молодые люди, не имеющие специальности, находящиеся в поиске работы, молодые семьи и др.

Таблица 1 Основные демографические показатели

Все население Республики Молдова, тысяч	3572,7
Молодое население от 15 до 29 лет, тысяч	977,1
<i>Доля молодежи в общей численности населения, %</i>	<i>27,3</i>
Молодое население от 15 до 29 лет городов, тысяч	441,8
<i>Доля молодежи в общей численности городского населения, %</i>	<i>29,9</i>
Молодое население от 15 до 29 лет сельской местности, тысяч	535,3
<i>Доля молодежи в общей численности сельского населения, %</i>	<i>25,5</i>
Молодое население от 15 до 29 лет женского пола, тысяч	480,9
<i>Доля молодежи в общей численности женского населения, %</i>	<i>25,9</i>
Молодое население от 15 до 29 лет мужского пола, тысяч	496,2
<i>Доля молодежи в общей численности мужского населения, %</i>	<i>28,9</i>
Безработная молодежь от 15 до 29 лет, тысяч	25,9
<i>Доля безработной молодежи в общей численности безработных, %</i>	<i>10,5</i>
Молодое население от 15 до 29 лет, выехавшее за рубеж, тысяч	139,1
<i>Доля молодежи в общей численности населения, выехавшего за рубеж, %</i>	<i>14,2</i>

Источник: данные предоставленные Бюро статистики, 2017 год

В 2017 году общая численность молодых людей составляла 977,1 тысячи, что на 51,6 тысячи больше по сравнению с 2016 годом. Хотя общая численность населения сокращается, численность молодого населения медленно растет.

В Республике Молдова города являются самой привлекательной средой для молодых людей. Доля молодежи в городах составляет 45,1 процента от общего количества молодежи по сравнению с 55,9 процента в сельской местности. Села остаются менее привлекательными для молодежи, хотя 58,7 процента населения страны проживает в сельской местности.

Гендерная структура молодежи отличается от гендерной структуры всего населения: 49 процентов молодых женщин и 51 процент молодых мужчин, в то время как в целом по стране преобладает обратная тенденция.

Наиболее многочисленными группами молодых людей являются

относящиеся к возрастным категориям от 15 до 19 лет и от 20 до 24 лет, составляющие соответственно 33,5 процента и 36,1 процента. Около 43 процентов молодых людей, относящихся к данным возрастным группам, охвачены образовательным процессом и профессиональной подготовкой.

Инвестиции в человеческий капитал дают молодым людям возможность заявить о себе в обществе как о личностях, формирующих собственные взгляды и ценности. Молодые люди в возрасте от 25 до 29 лет составляют 30,4 процента от общей численности молодежи и представляют собой активную рабочую силу, лиц, имеющих профессиональную подготовку и в большинстве случаев создавших семью. Поэтому интересы и проблемы данной категории молодых людей связаны с благосостоянием их семей и трудоустройство

Чтобы облегчить доступ молодых к предпринимательской деятельности, Правительство Республики Молдова утвердило Национальную программу экономической поддержки молодежи на 2017–2025 годы, предусматривающую открытие и финансирование дел молодых предпринимателей. Главной задачей Программы является развитие предпринимательских способностей у сельской молодежи путем обучения и предоставления возвратных коммерческих кредитов на сумму до 300 тысяч леев с частичным грантом (40 процентов стоимости кредита) для молодежи в возрасте от 18 до 30 лет.

Программа включает три раздела:

Раздел I – Обучение и консультации по предпринимательской деятельности.

Раздел II – Финансирование сельских инвестиционных проектов посредством предоставления коммерческих кредитов с частичным грантом.

Раздел III – Мониторинг за развитием дела в фазе постфинансирования.

В рамках реализации Национальной программы экономической поддержки молодежи в 2016 году предоставлен 181 кредит на общую сумму 52,05 миллиона леев с частичным (40-процентным) грантом в сумме 20,82

миллиона леев. Экономическое развитие молодежи поддерживается Министерством молодежи и спорта посредством Проекта социально-экономического участия молодежи (PASET), разработанного в партнерстве с Всемирным банком, ЮНИСЕФ и ЮСАИД. Этот проект способствует консолидации человеческого и социального капитала, а также снижению уровня бедности среди молодежи путем предоставления возможности стать участниками изменений к лучшему в своем сообществе. Проект предусматривает два этапа. На I этапе, начиная с 2016 года, организовано 145 малых предприятий в 17 районах с созданием 355 рабочих мест для молодежи. На II этапе, начиная с ноября 2018 года, предполагается обучить около 800 молодых людей и дополнительно открыть 100 новых дел.

Несмотря на то что в Молдове есть специализированные учреждения по развитию предпринимательских навыков и предоставлению консультационных услуг, их возможности весьма ограничены, поскольку они действуют в основном в районных центрах и наиболее развитых городах, а сельская местность остается вне сферы их внимания. Молодые люди еще очень мало знают о требованиях услуг кредитования (подготовка бизнес-планов, информация о залоге и т.д.). Поэтому необходимы развитие и дальнейшая диверсификация услуг поддержки и консалтинга в области экономики как одного из путей вовлечения молодежи в экономическую деятельность.

Трудоустройство молодых людей в значительной степени зависит от уровня их подготовки. Согласно статистическим данным, у большинства молодых людей с перспективами профессионального роста нет мотивов присутствовать на рынке труда. В первый квартал 2017 года 34,8 процента от общей численности населения в возрасте от 15 до 29 лет имели гимназическое образование, 30,5 процента – общее среднее или лицейское образование и только 9,68 процента данной категории лиц имели высшее образование. В то же время при анализе распределения молодежи по уровню образования и месту жительства наблюдается высокая концентрация

молодых людей с гимназическим образованием в сельской местности – 43,5 процента от общей численности молодежи по сравнению с 24,7 процента в городах.

Однако в реальности отсутствует систематизированная информация о посещении рабочими курсов повышения квалификации, хотя изредка встречаются данные о том, что крупные предприятия самостоятельно организуют курсы для своих работников. В то же время практически все предприятия сталкиваются с проблемой утечки кадров, которые после усовершенствования и приобретения навыков, востребованных на рынке труда, покидают предприятие, чтобы эмигрировать.

При наличии на рынке труда повышенного спроса на квалифицированных специалистов 40 процентов всех рабочих мест находится в сельскохозяйственной отрасли и лишь 21,8 процента от всей трудоустроенной молодежи трудится в данной отрасли.

Достаточно красноречивыми являются данные о количестве молодых людей в возрасте от 15 до 29 лет, объявленных выехавшими за рубеж, которые на 1 января 2017 года составляли 139,1 тысячи человек, или 41,5 процента от общей численности населения, объявленного выехавшим за рубеж, из них 103,4 тысячи молодых людей из сельской местности и лишь 35,7 тысячи из городов.

Нужно отметить, что развитие инфраструктуры туризма в сельской местности и её взаимосвязь с экономикой, будет повышать потенциал трудоустройства рабочей силы молодёжи.

Туризм в Молдове на сегодняшний день является весьма перспективным и успешно развивающимся направлением в бизнесе. Этому способствуют как исходные, природно-климатические условия страны, так и её богатое культурное наследие. Политика государства также направлена на планомерное развитие туристического сектора.

За счет развития туризма (ВСТ)-Это один из новейших методов анализа туристического рынка, который показывает роль отрасли в

национальной экономике и его реальную долю в ВВП страны. С помощью такого счета можно измерить место туризма в смежных секторах, объемы инвестиций, туристическое потребление, кадровый ресурс индустрии. Главная идея ВСТ – в детальном анализе спроса на товары и услуги, которые сопрягаются с туризмом. И точное измерение этого спроса. ВСТ позволяет оценить, как влияет объем туристических услуг на развитие транспорта, сферы торговли, строительства, сельского хозяйства, гостиничного, ресторанного бизнеса и проч. Он оценивает экономические последствия посещения туристами конкретной страны, поездок внутри нее и выезда граждан в другие государства.

При этом в счет включаются основные услуги, оказанные туристу в любой точке мира, к примеру, те же воздушные перевозки. В Молдове показатели туристического рынка анализируются на основании годовых статистических данных, что дает некий усредненный результат. В случае введения нового механизма будут учтены рекомендации Всемирной туристской организации (UNWTO), которая настаивает на обновлении методов управления отраслью.

Изменения касаются и основных участников рынка. Так, в действующем законе о туризме не прописан ни статус, ни четкие функции туроператора и турагентства, из-за чего возникают «оптово-розничные» альянсы, искусственно влияющие на спрос. Агентство также предлагает упразднить для них ряд обязательств, которые никогда не выполнялись операторами. Речь идет об условии ежегодного привлечения не менее 50 иностранных туристов агентством и 100 туристов – оператором. Последний может быть освобожден от разработки фирменного туристического маршрута, который в большинстве случаев создается «для галочки». Чиновники выступают и против туристического ваучера, дублирующего контракт и являющегося документом строгой отчетности. Также они намерены изъять из обращения типовые туристические договоры. Такие контракты должны составляться в произвольной форме по усмотрению

молодых продавцов услуг.

Самая больная тема для Агентства – создание туристических зон. Механизм, прописанный в нынешнем законе, не действует, т. к. роль организатора инфраструктуры отведено государству [3].

Чиновники предложили другой вариант, где задействованы как органы самоуправления, так и частный капитал. Однако, его невозможно реализовать без анализа туристического потенциала каждой местности. Никто в Молдове сегодня не владеет данными о концентрации туристических ресурсов в каждом населенном пункте. Дело это – кропотливое и дорогое.

Большинство новых маршрутов сейчас создаются на деньги внешних доноров. Среди них – направление «Routes to the root», разработанное Ассоциацией гидов при поддержке проекта по конкурентоспособности USAID. Кулинарный маршрут в Калараш недавно запустило Экологическое движение Молдовы, получившее поддержку Фонда развития политики Польши. Ассоциация развития туризма реализует другой проект на базе европейского гранта, на этот раз — по созданию туристических кластеров. Кластер относится к новому виду туризма, который развивается с помощью объединения предпринимателей в зонах, представляющих туристический интерес, для молодёжи [4].

Такие ассоциированные малые предприятия (фермеры, сельхозпроизводители, ремесленники, туристические организации) могут не только конкурировать с крупными туркомплексами, но и трансформировать сельские достопримечательности в туристические направления. В Молдове было создано четыре кластера – три на севере и один на юге. Три кластера уже оказывают услуги для туристов, преимущественно иностранных. Это кластеры «Гармония севера» (включает в себя населенные пункты районов Окница и Сорока), «Дорога толтров» (муниципий Бэлць и район Единец) и «Берег нижнего Прута» (южный кластер, который протянулся от Кагула до села Джурджулешть). В мае 2017 года начал работу четвертый кластер – «Виладор», в который вошли малые предприятия районов Унгень, Сынжерей

и Фэлешть. Основными его членами стали местные молодые предприниматели.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

- Улучшение местного инвестиционного климата, рост привлекательности страны для иностранцев, развитие внутреннего туризма.
- Рост народонаселения и создание новых рабочих мест вдоль международных транспортных коридоров.
- Существенное повышение уровня взаимосвязанности регионов и сокращение времени проезда.
- Повышение безопасности дорожного движения.
- Снижение удельных расходов топлива, сокращение расходов на ремонт транспорта.
- Повышение привлекательности Молдовы, как страны транзита.
- Однако, для того, чтобы объективно оценить эффективность инвестиций в подобные проекты следует рассмотреть и «минусы» приоритетных, масштабных инвестиций во внутренний туризм [4].

АЛГОРИТМ РАЗВИТИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ МОЛДЁЖИ

Основная задача: повышение качества жизни молодежи путем создания необходимых условий для получения образования, развития, участия и социально-экономической интеграции молодежи.

Сильные стороны:

- 1) некоторый рост удельного веса молодежи в общей численности населения;
- 2) увеличение численности экономически активной молодежи в сфере туризма;
- 3) повышение интереса молодых людей к образовательной деятельности туризма;
- 4) увеличение числа молодых людей, участвующих в местных молодежных советах и неправительственных организациях в сфере туризма;

- 5) большое количество функциональных и доступных молодежных ресурсных центров в туризме;
- 6) наличие профессионально подготовленных специалистов по работе с молодежью (специалисты молодежных центров);
- 7) вовлечение молодых людей в экономическую деятельность в результате реализации национальных программ туризма;
- 8) налаживание партнерских отношений между молодежью и органами публичного управления во взаимосвязи туризма;
- 9) высокая способность освоения международных фондов для реализации молодежной политики в развитие инфраструктуры туризма;
- 10) наличие развитого неправительственного сектора в сфере молодежи.

Слабые стороны:

- 1) поток мигрирующей молодежи из деревни в город, из страны за рубеж;
- 2) ограниченный доступ к информации и качественным услугам туризма;
- 3) слаборазвитая инфраструктура Домов культуры;
- 4) ограниченные возможности для организации досуга в туризме;
- 5) отсутствие хорошо оплачиваемых рабочих мест для молодежи;
- 6) большое количество безработной молодежи со средним образованием;
- 7) неэффективность механизмов финансирования молодежных мероприятий;
- 8) большое количество молодых людей с заболеваниями и ограничением возможностей;
- 9) финансовая зависимость молодых людей от родителей и их незаинтересованность;
- 10) пониженный интерес молодежи к политической жизни и улучшение инфраструктуры туризма.

Возможности:

- 1) совершенствование нормативной базы в сфере молодежи и приведение ее в соответствие с европейскими стандартами в данной области;
- 2) усовершенствование социальных программ, направленных на поддержку молодых семей;

- 3) присутствие молодежных организаций Республики Молдова в европейских молодежных структурах;
- 4) расширение сотрудничества национальных молодежных организаций с международными молодежными организациями;
- 5) доступ к международным фондам для реализации молодежной политики и программ для молодежи в развитие туризма;
- 6) создание благоприятных условий для трудоустройства молодежи и инициирования предпринимательской деятельности в сфере туризма;
- 7) создание условий для возвращения в страну молодых эмигрантов и мотивация к туризму;
- 8) создание в каждой примэрии должности специалиста по работе с молодежью и консалтинговые услуги в сфере туризма;
- 9) непрерывное повышение квалификации специалистов по работе с молодежью в сфере туризма;
- 10) диверсификация услуг по организации досуга и туристических маршрутов;
- 11) поощрение участия молодежи в местных молодежных советах, создание их сети на региональном и национальном уровнях;
- 12) увеличение количества молодежных ресурсных центров, постоянное расширение их услуг и укрепление инфраструктуры туризма.

Риски:

- 1) частые социальные и экономические перемены;
- 2) недостаточно тесное сотрудничество между молодежными организациями и местными органами публичной власти в сфере туризма;
- 3) рост уровня миграции среди молодых;
- 4) ограниченная возможность доступа и распоряжения государственными фондами для молодежи;
- 5) высокие темпы роста проблем со здоровьем у молодежи в сельской местности;
- 6) пассивность молодежи относительно участия в социальной, политической, экономической и культурной жизни страны.

Список используемых источников:

1. Закон республики Молдова от 24 .11.2006 № 352-XVI, 21.07.2017 г. № 178.
2. Kaushan Corina. Employment in tourism in market conditions as the motivation of labor activity of the village. Proceedings of the conference / Institute of Management and socio-economic development. Saratov State Technical University, December 29, 2014. Saratov, 2014 str.10-113. ISBN 978-5-9906329-9-9-8 /
3. Statistical Yearbook of the Republic of Moldova. Chişinău, 2017.
4. Kaushan Corina. Motivation of rural youth work. Scientific International Conference «Convergence of a fair and public rights: economic, social and legal problems». – September 26-28, 2013. Moscow Academy of Economics and Law, 2013, str.152-157. ISBN 978-9975-53-180-6.
5. Coordonarea turismului – Elena Turcov; Acad. de St. Econ. a Moldovei. Catedra «Comerţ, Turism, Servicii Hoteliere». Catedra Int. UNESCO «Turism, Cultură, Dezvoltare». – Ch.: ASEM, 2006. – 209 p.
6. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: туризм как вид деятельности. Из-во «Финансы и статистика». Москва, 2011, 288 стр. 188.
7. Кириллов А. Т., Волкова Л. А. Маркетинг в туризме. Из- во С-Петербургского ун-та. С-Петербург, 2016. – 184 с.

Крайждан А. В.

*Д-р ист. наук, профессор,
ректор University «Perspectiva-INT»,
г. Кишинёв, Республика Молдова
krajждан@mail.ru*

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ПРОФФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТСКИХ УЧЕБНЫХ ПРОГРАММ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Досліджено історію, сучасні проблеми і перспективи інтернаціоналізації та професіоналізації університетських навчальних програм профільних вищих навчальних закладів Республіки Молдова в галузі туризму та готельного господарства.

Ключові слова: інтернаціоналізація, професіоналізація, навчальні програми, туризм, готельне господарство.

Правовые рамки интернационализации и профессионализации учебных программ в Республике Молдова имели следующую хронологию и базировались на принятии определенной нормативно-правовой базы:

1. 2005 – Республика Молдова член Болонского процесса.
2. Общее европейское пространство высшего образования и исследований.
3. TEMPUS, ERASMUS+.