

МАЙБУТНЄ ОСВІТИ І НАУКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: ПІДХІД ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

О. В. Дишкантюк

dyshkantyuk@ukr.net

К. В. Власюк

karinavlasyyuk26@gmail.com

*кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Міжнародного
гуманітарного університету, м. Одеса*

Популярність та затребуваність туризму у суспільстві значною мірою обумовлено розвитком необхідної для цього інфраструктури, насамперед, засобів комунікації – транспорту та зв'язку. Завдяки транспорту доступними стали найвіддаленіші місця всіх країн світу, а засоби зв'язку – переважно Інтернет – дозволяють отримувати всю необхідну для туризму та туристів інформацію. До цього слід зазначити і інтенсивний розвиток готельного господарства. Все це створює сприятливі умови для підприємництва у сфері туризму.

Підприємництво визначає досить розвинений ринок туристських послуг. Вказаний ринок визначає функції та види діяльності суб'єктів підприємництва – туристичних операторів і туристичних агентів та пов'язаних з ними підприємств туристичної інфраструктури.

Галузь туризму стає найважливішим джерелом надходження фінансових коштів у бюджети всіх рівнів. У зв'язку з цим на державному рівні вживаються ефективні заходи, створені задля досягнення масової привабливості об'єктів туризму – природних, історичних, художніх. Метою такої діяльності є створення в країні та регіонах туристичних кластерів. Інакше кажучи, держава створює базисні умови для підприємництва у туризмі [3, с. 119].

Тим не менш, питання підвищення наукового рівня підприємницької діяльності залишаються дуже актуальними. Справа в тому, що ще багато працівників туристських фірм розглядають свою роботу як офісну з оформлення документів. Але це не так, бо підприємництво у туризмі – це, перш за все, професіоналізм, креативність, компетентність, ерудиція у «туристських» та пов'язаних з ними науках.

При цьому свою роль у туристичному підприємстві мають відіграти такі науки як маркетинг та логістика. Пошук нових підходів до структури професійного туристичного знання та способів його передачі у процесі навчальної діяльності зумовили принаймні три причини. Перша полягає у динаміці розвитку туризму ХХІ ст. як галузі перманентно нестабільної, мінливої, інноваційної, залежної від мінливих запитів споживачів туристичного продукту, що саме по собі створює базу для вироблення нової парадигми туристів. З початку ХХІ ст. широкого визнання та поширення починає отримувати такий вид спеціалізованого туризму, як туризм цивілізаційний, що відкриває нові горизонти для пізнання історії, культури, техніки, звичаїв та

системи цінностей народів та етносів різних цивілізацій, що залишили свій слід у минулому і що формуються у теперішньому.

Ядро професійного знання, необхідного для роботи у туризмі, формують ідеї синергетики і кросс-фертилізація, яка, на думку Л. фон Берталанфі, австрійського вченого, основоположника загальної теорії систем, є основою для взаємного існування наук, що живлять туризм як складно організовану систему. Вчені єдині у думці, що майбутнє – за міждисциплінарними напрямками в науці, оскільки кроссфертилізація різних дисциплін створює новий інтелектуальний простір. Сьогодні саме синергетика представляє унікальну можливість концептуального прориву в туристичних науці та практиці [4, с. 99].

Друга причина криється у змінах у системі управління туристичною галуззю на державному та регіональному рівнях. Ця обставина не могла не привести до пріоритету гуманітарної складової туристичного наукового знання та необхідності розвитку як фундаментальних, так і прикладних досліджень, вкладених у вирішення конкретних практичних завдань туристської галузі.

Міждисциплінарний характер галузі потребує участі фахівців різних галузей у дослідженнях, що проводяться на стику кількох наукових дисциплін, наприклад таких, як фізична та суспільно-економічна географія, соціологія туризму та соціологія міста, антропологія туризму та антропологія міста тощо.

За цим стоїть відмова від жорсткої інституціоналізації суспільних наук, що розділила знання про процеси, що відбуваються в суспільстві, на соціологію та антропологію, історію та культуру, економіку і політологію і т. д.

Третя причина, через яку необхідний пошук нових підходів до професійної туристської освіти. Це проблема неминучого оновлення освіти в умовах, диктованих доквіллям: появи «високої освіти», відмінної від звичного терміна «вища освіта». Така освіта здобула у науково-педагогічному середовищі найменування «*Hi hum & Hi ed*». «Високі гуманітарні технології та висока освіта» розуміються як сукупність знань, духовних та культурних цінностей, а також методів передачі інформації, що організовують людей і спонукають їх до певної сучасної професійної діяльності. Радикальне оновлення освіти передбачає розширення предметного поля, створення нових форм трансляції знання, що відповідає як завданням «ущільнення» знання, так і потребам туристичної галузі, що відчуває потреби в кадрах на всіх рівнях та у всіляких структурах: в органах управління туристичною галуззю, в туристичному бізнесі, громадських структурах – кадрах креативних, компетентних, що гнучко реагують на зміни у професійному середовищі.

На думку вчених, сьогодні туризм може взяти на себе функцію «м'якої сили», що англійською звучить як «*soft power*», але це швидше не «м'яка», а «гнучка» чи «розумна» сила – сила інтелекту, за якою стоять дві сили – інформаційна культура фахівця (у всіх значеннях цього поняття) і культура комунікаційна, у т. ч. й культурно-мистецька, за якою стоїть сформоване за роки навчання у закладі вищої освіти володіння професійною логосферою туризму з її трансдисциплінарним характером.

Вирішення цієї проблеми неможливе без запровадження трансдисциплінарних навчальних курсів, спеціально розроблених на основі

синтезу класичних та прикладних наукових знань, що забезпечують формування професійних компетенцій випускників закладів вищої освіти.

Складність проблеми зумовлена багатогранністю туризму як самого явища та міждисциплінарністю його осмислення.

Вітчизняна наука, у т. ч. і наука про туризм, шукає можливості для об'єднання дисциплін, визнаних «класичними», з дисциплінарними знаннями, що інтенсивно формуються в останні десятиліття у рамках нових видів професійної діяльності, насамперед – освітньої. Наукового обґрунтування вимагають знання у сфері сервісу, іменовані сервісологією. Того ж вимагає і туризм, який розуміється як сфера надання рекреаційних послуг, що трактується як один із найважливіших секторів сучасної економіки цілого ряду країн світу.

Будучи міждисциплінарною областю, туристичне знання може бути розглянуте з позицій:

- географічних наук – його просторові аспекти;
- біологічних наук – його санітарно-медичні аспекти;
- педагогічних наук – його освітні аспекти;
- суспільних наук – їх гуманітарні основи: історичні, правові, економічні, соціальні та інші аспекти [3, с. 119].

Така теоретична гетерогенність, визнана у науковій методології одним з важливих критеріїв, який вже сам по собі передбачає міждисциплінарний підхід.

Міждисциплінарна сутність туристського наукового дискурсу, як зазначено цілою низкою дослідників, є нині як загальноновизнаним, так і теоретично обґрунтованим становищем. Наголошується на неможливості зведення міждисциплінарності до механічного підсумовування окремих наук, що живлять туризм.

Історія туристики як єдиної науки поки що не досліджена в силу історико-географічних відмінностей тих країн, на прикладі яких вчені, представники різних наук, описували феномен туризму, виділяючи такі компоненти туристичного знання, як географічний, медичний, біологічний, економічний, соціологічний, антропологічний, психологічний, педагогічний, філософський, естетичний, культурологічний, геополітичний, політологічний, історичний, математичний, статистичний та ін.

За кожним компонентом, перерахованим вище, стоїть свій категоріальний апарат, своя понятійна база, яка поряд із загальнонауковими поняттями, на сьогоднішній день вже сформулювала специфічне, туристичне, тлумачення реальності і здатна дати ще більше, слідуючи за розвитком туристичної практики. Так, наприклад, у рамках туристики були розроблені основи критеріального аналізу рівня естетичності ландшафту на перетині позицій психології, культурної антропології, географії. Екстраполяція методології теорії менталітету на туристичної сфері призвела до вивчення психоментальних поведінкових стереотипів та розвитку енвайронментальної психології. На сучасному етапі розвитку туристики цікаві проблеми, пов'язані з вивченням

престижного споживання та його зв'язку та впливу на реструктуризацію туристичного середовища та туристичного простору.

Про міждисциплінарність досліджень туризму свідчать дисертації, що захищаються за туристським проблемам у рамках перерахованих вище наукових напрямів. За ними стоять як фундаментальні, так і прикладні дослідження.

На сучасному етапі розвитку професійної туристської освіти найбільш актуальним аспектом стає граничний процес наближеності до змісту навчальних дисциплін до сучасних вимог ринку праці.

У зв'язку з прискореним розвитком міського туризму, що найчастіше розуміється як туризм культурно-пізнавальний, екскурсійний, велике значення для випускників закладів вищої освіти набувають професійні знання в галузі історичного джерелознавства, спеціальних історичних дисциплін, літературознавства, історії архітектури та містознавства, а також урбаністики, антропології та соціології міста [2, с. 101].

Актуальність даної проблеми визначається низкою існуючих умов:

- необхідністю підготовки для туристської ринку з його різноманітною функціональною спеціалізацією різноманітних груп працівників: туроператорів та турагентів, гідів та екскурсоводів, менеджерів та маркетологів, інструкторів активних видів туризму та аніматорів тощо;

- необхідністю врахування регіональних особливостей туризму, пов'язаних зі специфікою туристських ресурсів регіону та характерних для кожного регіону видів та різновидів туризму, нарешті, зі специфікою споживчого ринку, характерного для кожного регіону та світу;

- потребою в заміні емпіричного підходу, що панує у вищій туристичній професійній освіті, чіткими, науково обґрунтованими та перевіреними на практиці уявленнями про актуальну модель змісту цієї освіти, адекватну потребам всіх сфер динамічно розвивається туристичного ринку [5, с. 106].

Важливою компетентністю фахівців досліджуваної сфери є підприємницька, яка передбачає реалізацію здатностей, таких, як:

- співвідношення власних економічних інтересів й потреб з наявними матеріальними, трудовими, природними й екологічними ресурсами, інтересами й потребами інших людей та суспільства, застосування технології моніторингу ресурсів і забезпечення стійкого розвитку;

- організування власної трудової та підприємницької діяльності і роботи колективу, орієнтування в нормах і етиці трудових відносин;

- аналізування й оцінювання власних професійних можливостей, здібностей та співвідношення їх з потребами ринку праці;

- складання, виконання й оцінювання планів підприємницької діяльності та особистих бізнеспроектів, розроблення простих моделей дій та прийняття економічно й екологічно обґрунтованих рішень у динамічному світі;

- презентування та поширення інформації про результати/продукти власної економічної діяльності та діяльності колективу [1, с. 130].

Таким чином, підприємницьку компетентність майбутніх фахівців з туризму доцільно визначати як здатність організувати власну трудову

підприємницьку діяльність, працю колективу, уміння орієнтуватися в нормах і етиці трудових відносин, наполегливість при виконанні різних видів діяльності. Комплекс ключових компетентностей у сфері туризму представляється як складник ієрархічної структури професійної компетентності фахівця.

Список використаних джерел

1. Баніт Ю. Формування підприємницької компетентності у процесі практико-орієнтованої підготовки студентів: особистісно-діяльнісний аспект. *Молодь і ринок*. 2019. № 8. С. 129–135.
2. Майковська В. І. Конструювання засобів реалізації моделі формування підприємницької компетентності фахівців. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Педагогічні науки*. 2018. № 1. С. 99–106.
3. Попова О. В., Золотухіна С. Т. Формування підприємницької компетентності студентів у процесі професійної підготовки. *Педагогіка та психологія*. 2020. Вип. 63. С. 111–121.
4. Середіна І. Підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів з економіки підприємства як науково-педагогічна проблема. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка*. 2018. № 16. С. 94–100.
5. Стрельніков М. Розвиток підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування засобами проєктивної освіти. *Педагогічні науки*. 2016. Вип. 66–67. С. 104–110.

ТРАНСКУЛЬТУРНІ МУЗЕЇ ЯК ОБ'ЄКТ ТУРИЗМУ

В. І. Дмитренко

vitapoltava79@gmail.com

кафедра географії, методики її навчання та туризму Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, м. Полтава

Туристична сфера, стрімко розвиваючись, приваблює все більше нових відвідувачів. Безперечно, одним із найважливіших туристичних об'єктів є музеї як носії культурної та пізнавальної інформації. Вони відіграють ключову роль у привабленні туристів, які бажають не лише відпочити, а й розширити свої знання про культурні надбання людей тієї країни, якою вони подорожують. Завдяки музейним експозиціям відвідувачі у стислому вигляді мають змогу познайомитися з історією, культурою та мистецтвом різних епох та народів.

Безперечно, музеї можна назвати найбільшими сховищами реальних пам'яток історії, матеріальної і духовної культури. А разом із тим й важливими об'єктами туристичної діяльності. Адже часто саме для того, щоб відвідати найпопулярніші музеї, туристи приїжджають до країни [1, с. 605].

Музеї привертають туристів своєю унікальністю та різноманітністю експонатів. Тому відвідування музеїв стає не просто відпочинком, але й освітнім заходом, який допомагає розширити світогляд та збагатити духовний світ. Більше того, навіть коли ціллю поїздки туриста є інша мета, він, будучи у новій країні чи місті, обов'язково відвідає цікавий музей.

У такому ключі особливої ваги набувають транскультурні музеї, орієнтовані на показ культурної різноманітності епохи, народу, країни. Вони