

Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**ЗІНЬКОВА ІРИНА ІГОРІВНА**

УДК 378.2:005.73:338.482

**ДИСЕРТАЦІЯ**  
**ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ**  
**КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ПОСЛУГ І ТУРИЗМУ**

13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Зінькова І.І.

Науковий керівник – **Любарець Владислава Вікторівна**, доктор педагогічних наук, професор кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності

**Івано-Франківськ – 2020**

## АНОТАЦІЯ

*Зінькова І.І.* Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. – ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Івано-Франківськ, 2020.

Дисертація присвячена проблемі науково-теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в сучасних закладах вищої освіти.

У роботі доведено актуальність порушеної проблеми, оскільки туристична індустрія та сфера послуг мають важливе значення для соціально-економічного розвитку України, а відтак зростають вимоги до кваліфікації фахівців означеного профілю. Відповідно спостерігається низка суперечностей у теорії і практиці професійної підготовки майбутніх фахівців досліджуваної сфери, а саме: між соціальним замовленням на висококваліфікованих фахівців сфери послуг і туризму та їх недостатньою готовністю до здійснення професійної діяльності в умовах ринкової економіки; між зростанням інноваційного потенціалу закладів та підприємств індустрії гостинності, створенням можливостей для розвитку малого та середнього бізнесу в межах індустрії гостинності та неготовністю фахівців до адаптації в професійній діяльності; між необхідністю формування концептуальних знань здобувачів освіти про специфіку підприємницької культури, фахових компетентностей, особистісних якостей та недостатнім використанням сучасних освітніх технологій для реалізації означеної мети у закладах вищої освіти.

У дисертації обґрунтовано основні принципи, закономірності й методологічні підходи (особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний, контекстний) формування підприємницької культури майбутніх фахівців означеної галузі. Розкрито категоріальний аналіз ключових понять дослідження («підприємництво», «підприємницька діяльність», «культура підприємництва», «підприємництво у

сфері послуг і туризму» тощо). З'ясовано сутність, зміст і структуру підприємницької культури особистості, визначено компоненти, критерії, показники та рівні її сформованості. Встановлено, що поняття «підприємницька культура» – це інтегральне особистісне утворення, що ґрунтується на системі ціннісних орієнтацій та установок особистості (переконань, ставлень, мотивів, цілей тощо), обумовлене особливостями діяльності в сфері послуг і туризму, реалізується у взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, визначає стратегію і тактику професійної діяльності, самореалізації особистості в даному напрямі.

Визначено, що підприємницька культура складається із взаємопов'язаних компонентів, а саме: мотиваційно-ціннісного, когнітивно-праксеологічного, особистісно-рефлексивного та соціально-етичного. Критеріями і показниками рівнів сформованості досліджуваного феномену визначено: спрямованість особистості на реалізацію підприємницьких здібностей та якостей у професійній діяльності в сфері послуг і туризму (спрямованість на досягнення успіху, сформованість ціннісних орієнтацій, потреба якісно виконувати професійні завдання тощо); теоретико-практична поінформованість про специфіку підприємництва, сформованість комунікативних навичок, підприємницьких здібностей та їх використання в практичній діяльності в сфері послуг і туризму (володіння понятійним апаратом, знаннями з економіки, менеджменту і маркетингу в галузі, сформованість умінь і навичок реалізації підприємницької культури у сфері обслуговування); сформованість особистісних професійно значущих якостей та рефлексивних здібностей (комунікативність, інноваційність, креативність, ініціативність, навички самоменеджменту і самомаркетингу та ін.); здатність здійснювати і підпорядковувати професійну діяльність у руслі соціально-етичних норм (обізнаність з морально-етичними нормами бізнесу, соціальною відповідальністю підприємництва, здатність до комунікації із суб'єктами підприємницької діяльності тощо).

На підставі результатів аналізу наукових досліджень у галузі підприємництва, сфери послуг і туризму, теорії освітніх процесів, з урахуванням психолого-

педагогічних аспектів проблеми професійної підготовки фахівців означених галузей у дисертації виокремлено провідні методологічні підходи: особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний і контекстний. Відзначено, що особистісно орієнтований підхід до процесу фахової підготовки реалізовується шляхом ціннісно-сислового наповнення змісту освітніх компонентів, цілеспрямованого формування професійно-значущих якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, моделювання активних форм, методів і прийомів навчання, диференціацією та індивідуалізацією освітнього процесу. Обґрунтовано пріоритетність компетентнісного підходу шляхом конкретизації результативної складової, цілісності і динамічності фахової підготовки. Підтверджено вплив діяльнісного підходу на процес формування практичних умінь і навичок майбутніх фахівців, їхню готовність до розв'язання професійних завдань. Сформульовано висновок про необхідність використання контекстного підходу з метою посилення спрямованості змісту освітніх компонентів на потреби майбутньої професійної діяльності.

Охарактеризовано зміст та методичне забезпечення педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Встановлено, що успішне формування досліджуваної якості забезпечують такі педагогічні умови: формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України; оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь та навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій; формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу; засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності.

Розроблено організаційно-педагогічну модель формування досліджуваної якості у єдності її цільової, теоретико-методологічної, проєктувально-організаційної та діагностико-результативної складових. У соціально-детермінованій – відображено соціальне замовлення суспільства на підготовку конкурентоздатних і висококваліфікованих фахівців сфери послуг і туризму, відповідну мету і завдання освітньої діяльності. Теоретико-методологічна складова – закономірності, принципи і методологічні підходи. Проєктувально-організаційна – вміщує технологію формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму з опертям на виокремлені педагогічні умови. Представлено етапи формування підприємницької культури майбутніх фахівців означеної галузі (адаптаційно-мотиваційний, змістово-процесуальний, рефлексивно-творчий), конкретизовано зміст, форми, методи і засоби навчання. Діагностико-результативна складова репрезентує очікувані результати впровадження організаційно-педагогічної моделі шляхом виявлення рівнів сформованості (високий, достатній, низький, критичний) компонентів підприємницької культури (мотиваційно-ціннісний, когнітивно-праксеологічний, особистісно-рефлексивний, соціально-етичний). Етапами впровадження моделі встановлено адаптаційно-мотиваційний, змістово-процесуальний, рефлексивно-творчий.

Організаційно-педагогічну модель впроваджено в практику діяльності закладів вищої освіти в руслі констатувального та формувального експерименту. За результатами кількісної та якісної обробки одержаних даних підтверджено ефективність розробленої моделі, її позитивний вплив на процес професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Практичне значення дисертації полягає в розробці навчально-методичного забезпечення навчальної вибіркової дисципліни «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму», в можливості використання теоретичного та практичного матеріалу, джерельної бази дисертації для розширення змісту навчальних дисциплін «Вступ до фаху та основи наукових досліджень», «Маркетинг туризму», «Культура в готельно-ресторанній справі» та ін. Практичні напрацювання можуть бути використані для розробки навчальних планів, програм,

підручників і навчальних посібників, педагогічних програмних засобів, модернізації методичних матеріалів для очної, заочної та дистанційної форм навчання у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти.

Результати дисертації впроваджено в освітній процес ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.

Матеріали дисертації можуть бути використані для професійної підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування» у закладах вищої освіти України.

**Ключові слова:** підприємницька культура, підприємництво, фахівці сфери послуг і туризму, педагогічні умови, організаційно-педагогічна модель.

### **Pedagogical Conditions of Forming of the Entrepreneurial Culture of Future Specialists in the Service Industry and Tourism - Manuscript.**

Thesis for obtaining the scientific degree of Candidate of Pedagogical Sciences in Specialty 13.00.04 – “Theory and Methodology of Professional Education”. - Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, 2020.

The thesis is devoted to the problem of scientific and theoretical substantiation and methodical support of the process of formation of entrepreneurial culture of future specialists in the field of services and tourism in modern higher education institutions.

The research proves the relevance of the problem, as the tourism industry and services are important for the socio-economic development of Ukraine, and thus the requirements for the qualification of specialists in this field increase. Accordingly, there is a number of contradictions in theory and practice of training future professionals in the field, namely: between social order for highly qualified professionals in the field of services and tourism and their lack of readiness for professional activity in a market economy; between the growth of innovative potential of institutions and enterprises of the hospitality industry, creation of opportunities for the development of small and

medium-sized businesses within the hospitality industry and unwillingness of professionals to adapt to professional activities; between the need to form conceptual knowledge of students about the specifics of entrepreneurial culture, professional competencies, personal qualities and insufficient use of modern educational technologies to achieve this goal in higher education institutions.

The dissertation substantiates the basic principles, patterns and methodological approaches (personality-oriented, competence, activity, contextual) of the formation of entrepreneurial culture of future professionals in this field. A categorical analysis of key research concepts (“entrepreneurship”, “entrepreneurial activity”, “business culture”, “entrepreneurship in the field of services and tourism”, etc.) is revealed. The essence, contents and structure of the entrepreneurial culture of the individual are clarified, the components, criteria, indicators and levels of its formation are determined. It is established that the concept of “entrepreneurial culture” is an integral personal formation based on the system of value orientations and attitudes of the individual (beliefs, attitudes, motives, goals, etc.), due to the peculiarities of activity in the field of services and tourism, which is implemented in cooperation with other subjects of entrepreneurial activity, and determines the strategy and tactics of professional activity, self-realization of the individual in this direction.

It is determined that entrepreneurial culture consists of interrelated components, namely: motivational-value, cognitive-praxeological, personal-reflexive and socio-ethical. Criteria and indicators of the levels of formation of the studied phenomenon are defined: orientation of the individual to realization of entrepreneurial abilities and qualities in professional activities in the field of services and tourism (focus on success achievement, formed value orientations, need to qualitatively perform professional tasks, etc.); theoretical and practical awareness of the specifics of entrepreneurship, obtained communication and entrepreneurial skills and their use in practice in the field of services and tourism (conceptual apparatus, knowledge of economics, management and marketing in the field, abilities and skills of business culture in the field of service); acquired personal professionally significant qualities and reflexive abilities (communicativeness, innovation, creativity, initiative, self-management and self-marketing skills, etc.); ability

to carry out and subordinate professional activity in line with socio-ethical norms (awareness of moral and ethical norms of business, social responsibility of entrepreneurship, ability to communicate with business entities, etc.).

Based on the results of the analysis of scientific research in the field of entrepreneurship, services and tourism, theory of educational processes, taking into account psychological and pedagogical aspects of the problem of professional training in these fields in the dissertation the leading methodological approaches are identified: personality-oriented, competence, activity and contextual. It is noted that the personality-oriented approach to the process of professional training is realized by value-semantic organization of educational components, purposeful formation of professionally significant qualities of future specialists in services and tourism, modeling of active educational forms, methods and techniques, differentiation and individualization of education process. The priority of the competency approach is substantiated by specifying the effective component, integrity and dynamism of professional training. The influence of the activity approach on the process of formation of practical skills and abilities of future specialists, their readiness to solve professional tasks is confirmed. The conclusion is formed about the need to use the contextual approach in order to strengthen the focus of the content of educational components on the needs of future professional activity.

The contents and methodological support of pedagogical conditions for the formation of entrepreneurial culture of future specialists in the field of services and tourism are characterized. It is established that successful formation of the studied quality is provided by the following pedagogical conditions: formation of motivation of future specialists in the field of services and tourism to master the entrepreneurial culture in higher education institutions of Ukraine; mastering professional knowledge, formation of entrepreneurial skills and abilities of future specialists in the field of services and tourism, enrichment of entrepreneurial experience through introduction of educational innovative technologies; formation of professionally significant personal qualities of future specialists of the specified sphere of activity and stimulation of reflection by means of self-management and self-marketing; mastering moral and ethical norms of entrepreneurship by students majoring in “Tourism” and “Hotel and Restaurant



Business”, development of interpersonal communication skills in the process of their future professional activity.

The organizational and pedagogical model of formation of the studied quality in the unity of its target, theoretical and methodological, design-organizational and diagnostic-effective components has been developed. The socially-determined component reflects the social order of society for the training of competitive and highly qualified professionals in the field of services and tourism, the appropriate purpose and objectives of educational activities. The theoretical and methodological component defines patterns, principles and methodological approaches. The design-organizational one contains the technology of formation of entrepreneurial culture of future professionals in the field of services and tourism based on selected pedagogical conditions. The stages of formation of entrepreneurial culture of future specialists in this field (adaptation-motivational, content-procedural, reflexive-creative) are presented, the contents, forms, methods and means of teaching are specified. The diagnostic-effective component represents the expected results of the model implementation by identifying the levels of formation (high, sufficient, low, critical) of the components of entrepreneurial culture (motivational-value, cognitive-praxeological, personal-reflexive, socio-ethical). The stages of implementation of the model are established the following: adaptive-motivational, content-procedural, reflexive-creative.

The organizational and pedagogical model has been introduced into the practice of higher education institutions in line with the statement and formative stages of the experiment. According to the results of quantitative and qualitative processing of the obtained data, effectiveness of the developed model, its positive impact on the process of professional training of future specialists in the field of services and tourism was confirmed.

Practical significance of the thesis is to develop educational and methodological support for the elective academic discipline “Entrepreneurial Culture of Specialists in the Field of Services and Tourism”, possibility of using theoretical and practical material and the source base of the dissertation to expand the contents of the disciplines “Introduction to the Profession and Basics of Scientific Research”, “Tourism Marketing”, “Culture in

the Hotel and Restaurant Business”, etc. Practical developments can be used to work out curricula, programs, textbooks and manuals, pedagogical support, modernization of teaching/learning materials for full-time, part-time and distance learning during training of future specialists in the field of services and tourism in higher education.

The results of the thesis were introduced into the educational process of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, M.P. Drahomanov National Pedagogical University, Ivan Pulyuy Ternopil National Technical University, Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University.

The materials of the research can be used for professional training of applicants of the first (Bachelor’s) level of higher education in the field of knowledge 24 “Sphere of Services” in institutions of higher education of Ukraine.

**Key words:** entrepreneurial culture, entrepreneurship, specialists in the field of services and tourism, pedagogical conditions, organizational and pedagogical model.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Статті в наукових фахових виданнях України:

1. Зінькова І. Формування підприємницької культури майбутнього соціального педагога (постановка проблеми). *Вісник Прикарпатського університету. Серія : Педагогіка*. Івано-Франківськ, 2013. Вип. 47. С.20–25.

2. Зінькова І. Формування підприємницької культури особистості – актуальне замовлення соціуму. *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2017. Вип.10. С.7–16.

3. Зінькова І. Структурно-функціональний аналіз поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму». *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2019. Вип.16. С.85–92.

4. Зінькова І. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теоретичний аналіз проблеми. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 17. Теорія і практика навчання та виховання*. Вип.30 : збірник наукових праць; за ред. В. І. Бондаря. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2019. С. 71–77.

5. Зінькова І. Методологічні засади формування підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки*. 2019. Вип. №2 (386). С.50–56.

6. Зінькова І. Формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму у процесі їх професійної підготовки. *Педагогічний дискурс. Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія*. 2019. Вип. 27. С.43–49.

### Статті у закордонних наукових виданнях:

7. Зінькова І. Педагогічні умови формування підприємницької культури студентів галузі «сфера обслуговування» у закладах вищої освіти. *Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka*. 2019. Вип.47. С.17–20.

8. Зінькова І. Формування когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму засобами інтерактивних технологій. *Dynamics of the development of world science*. November 20-22, 2019. Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2019. С.496–503.

**Наукові статті та тези доповідей у збірниках матеріалів конференцій:**

9. Зінькова І. Формування умотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти. *Virtus: Scientific Journal*. 2019. September, Issue № 36. С.89–92.

10. Зінькова І. Педагогічні умови формування якостей підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму: постановка проблеми. *Психологія і педагогіка: Актуальні питання XXI століття. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (м.Одеса, Україна 25–26 листопада 2011 року). Одеса, ГО «Південна фундація педагогіки», 2011. С.80–81.

11. Зінькова І. Актуальні аспекти особистісно орієнтованого підходу у спадщині вітчизняних та зарубіжних педагогів. *Актуальні проблеми виховання, розвитку та навчання дітей передшкільного віку крізь призму освіти для сталого розвитку. Матеріали Всеукраїнської (з міжнародною участю) науково-практичної конференції* (Хмельницький, 24-25 вересня 2019 року) / за заг. редакцією Л.В. Зданевич, Н.М. Миськової, Л.С. Пісоцької, О.Д. Рейпольської. Хмельницький : ХГПА, 2019. С. 53-57.

12. Зінькова І. Культурологічно-синергетична модель базової культури особистості В. Костіва як основа формування підприємницької культури. *Теоретичні, методичні та практичні проблеми соціальної роботи. Матеріали науково-практичної конференції*, 19 квітня 2019 р. Івано-Франківськ: НАІР, 2019. С.114–117.

13. Sobczyk W., Zinkova I. Ujawnienie sformowanych cech przedsiębiorczej kultury przyszłych fachowców zakresu usług i turystyki. *Соціокультурологічні та психолого-педагогічні аспекти становлення особистості в сучасному суспільстві: тенденції і перспективи. Матеріали I Міжнародної конференції пам'яті*

*професора Володимира Костіва, 23 грудня 2019 р. Івано-Франківськ: НАІР, 2019. С. 86–88.*

**Навчально методичний посібник:**

14. Зінькова І. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика : навчальний посібник. Івано-Франківськ: Видавництво ПП Багрій А.С., 2020. 112 с.

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....</b>	<b>16</b>
<b>ВСТУП.....</b>	<b>17</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМНИЦЬКА КУЛЬТУРА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ПОСЛУГ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОЇ ПРОБЛЕМИ.....</b>	<b>24</b>
1.1. Проблема формування підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму в науковій літературі.....	24
1.2. Теоретичні і методичні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.....	45
1.3. Підприємницька культура у контексті особистісно-професійних якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: критерії, показники, рівні сформованості.....	61
<b>РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ПОСЛУГ І ТУРИЗМУ В ПРОЦЕСІ ЇХ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ.....</b>	<b>92</b>
2.1. Педагогічні умови формування підприємницької культури студентів у закладах вищої освіти.....	92
2.2. Організаційно-педагогічна модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.....	120
<b>РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ПОСЛУГ І ТУРИЗМУ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....</b>	<b>141</b>
3.1. Стан сформованості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.....	141
3.2. Формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в умовах експериментальної програми.....	169

3.3. Результати перевірки педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.....	190
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>204</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>208</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>237</b>

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ**

ДВНЗ – Державний вищий навчальний заклад

ЕГ – експериментальна група

ЗВО – заклад вищої освіти

КГ – контрольна група

ОП – освітня програма



## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Світові тенденції суспільного прогресу, невизначеність умов професійної діяльності та конкуренція на ринку праці зумовлюють посилення вимог до підготовки фахівців різних галузей. Провідними цілями сучасних закладів вищої освіти України є професійна підготовка компетентних та конкурентоспроможних фахівців, здатних до саморозвитку та самореалізації в обраній професії. Для суспільно-економічного розвитку України важливе значення має якісна підготовка майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, як пріоритетних складових індустрії гостинності.

У руслі означеного потребує оновлення освітній процес підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до здійснення підприємницької діяльності. Він урегульований низкою нормативно-правових документів, у яких викладено основні вимоги. Передусім це Господарський кодекс України (2003), Закони «Про туризм» (2020), «Про вищу освіту» (2019), «Про освіту» (2017), Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року (2013), Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року (2017), Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (2017), а також у міжнародних документах, як-от: Хартії туризму (1985), Гаазькій декларації туризму (1989), Глобальному етичному кодексі туризму (1999), Європейських стандартах і рекомендаціях для гарантії якості вищої освіти (ESG) (2015) тощо. Зокрема, у «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» визначено шляхи державної політики для розвитку туристичної інфраструктури, задекларовано вагомість проблеми формування підприємницьких якостей особистості, актуалізовано розвиток людських ресурсів, який передбачає удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців для індустрії гостинності. Відповідно держава спрямовує свою діяльність на заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу в

індустрії гостинності за результатами конкурсів на регіональному та галузевому рівнях.

Теоретико-методологічною основою фахової підготовки здобувачів у руслі досліджуваної проблеми стали фундаментальні положення гуманістичної освітньої парадигми Т.Андрущенка, І.Беха, А.Вербицького, С.Гончаренка, В.Кременя та ін. Значний внесок у вдосконалення процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму здійснено у сучасних наукових розвідках (Н.Бахмат, Л.Безкоровайна, А.Віндюк, В.Зінченко, А.Казьмерчук, Н.Креденець, Л.Криницька, Г.Лоїк, В.Любарець, Т.Сокол, М.Скрипник, Л.Соловей, В.Федорченко, Н.Фоменко, Г.Цехмістрова, Г.Щука та ін.), розглянуто теоретичні та практичні аспекти проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців (В.Акопян, Ю.Білова, З.Варналій, В.Дубик, Л.Зайверт, Е.Зеєр, Л.Карамушка, О.Креденцер, М.Ляшенко, Г.Матукова, О.Романовський, М.Ткаченко, О.Федоров, Й.Шумпетер та ін.).

Попри наукову й практичну значущість представлених досліджень, все ж недостатньо уваги приділено обґрунтуванню педагогічних умов та технології формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. На підставі результатів теоретичного аналізу та практичного досвіду розв'язання порушеної проблеми в закладах вищої освіти України було виявлено низку об'єктивних суперечностей між:

- соціальним замовленням на висококваліфікованих фахівців сфери послуг і туризму та їх недостатньою готовністю до здійснення професійної діяльності в умовах ринкової економіки;

- зростанням інноваційного потенціалу закладів та підприємств індустрії гостинності, створенням можливостей для розвитку малого та середнього бізнесу в межах індустрії гостинності та неготовністю фахівців до адаптації в професійній діяльності;

- необхідністю формування концептуальних знань здобувачів освіти про специфіку підприємницької культури, фахових компетентностей, особистісних

якостей та недостатнім використанням сучасних освітніх технологій для реалізації означеної мети у закладах вищої освіти.

Отож, об'єктивна потреба розв'язання вищенаведених протиріч, актуальність, теоретична та практична значущість порушеної проблеми, необхідність пошуку ефективних шляхів формування підприємницької культури здобувачів вищої освіти у сфері послуг і туризму зумовили вибір теми дисертації: **«Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»**.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри теорії та методики дошкільної і спеціальної освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» - «Підготовка майбутнього педагога до професійної діяльності в умовах трансформації суспільного устрою та інтегрування України в європейський освітній простір» № 0106U009432. Тему дисертації затверджено Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (протокол № 8 від 27 вересня 2011 р.) та призначено наукового керівника (витяг з наказу №415 від 11 жовтня 2011р.), Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» уточнено тему та змінено наукового керівника (протокол №3 від 26 березня 2019р.). Також узгоджено тему в бюро Міжвідомчої ради з координації досліджень у галузі освіти, педагогіки і психології (протокол № 2 від 27 березня 2019 р.).

**Мета дослідження** – науково обґрунтувати й експериментально перевірити ефективність педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти.

**Завдання дослідження:**

1. Обґрунтувати теоретико-методологічні засади проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, уточнити сутність базових понять дослідження та дотичних категорій.

2. Визначити сутність та структуру підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму та охарактеризувати критерії, показники, рівні її сформованості.

3. Виокремити й теоретично обґрунтувати педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців досліджуваної індустрії.

4. Спроекувати та експериментально перевірити ефективність організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

**Об'єкт дослідження** – професійна підготовка майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

**Предмет дослідження** – педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі використано загальнонаукові методи: теоретичні (аналіз і порівняння наукової літератури та нормативних документів з проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців; систематизація, узагальнення, абстрагування наукових джерел з метою уточнення понятійного апарату; виокремлення педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму; моделювання процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму); емпіричні (анкетування, інтерв'ювання, тестування, бесіда, дискусія, спостереження, узагальнення педагогічного досвіду задля виявлення стану досліджуваної проблеми та визначення рівня розвитку в студентів підприємницької культури; педагогічний експеримент для визначення ефективності виокремлених педагогічних умов); математичної статистики (кількісний і якісний аналіз отриманих показників для виявлення їх об'єктивності та вірогідності).

**Експериментальна база дослідження** – ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка. На різних етапах у педагогічному експерименті взяли участь

493 здобувачів освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування, 87 менеджерів підприємств та підприємців сфери послуг і туризму.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у тому, що:

- *уперше* цілісно проаналізовано теорію і практику формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в процесі їх професійної підготовки; уточнено сутність поняття підприємницької культури майбутніх фахівців означеної індустрії, виокремлено компоненти (мотиваційно-ціннісний, когнітивно-праксеологічний, особистісно-рефлексивний, соціально-етичний) та рівні їх сформованості (критичний, низький, достатній і високий); обґрунтовано педагогічні умови (формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України; оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій, формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу; засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності); розроблено організаційно-педагогічну модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму з складовими її структури: соціально-детерміновану (мета і завдання обумовлені соціальним замовленням), теоретико-методологічну (закономірності, методологічні підходи та принципи реалізації експериментального освітнього процесу), проєктувально-організаційну (технологія організації освітнього процесу з урахуванням поетапності, виокремлених педагогічних умов, відповідних змісту, форм, методів та засобів навчання), діагностико-результативну (виявлення ефективності експериментальної роботи шляхом обґрунтування рівнів сформованості підприємницької культури учасників експерименту).

- *удосконалено* зміст (інформаційно-методичне доповнення фахових дисциплін і розробка навчально-методичного забезпечення вибіркової навчальної дисципліни «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму»), методи (інтерактивні методи, ділові ігри, проєктні технології, методи візуалізації, освітня робота з веб-ресурсами, методи зворотного зв'язку тощо), організаційні форми (традиційні та інноваційні лекції, практичні заняття, тренінги, круглі столи, науково-дослідна робота здобувачів), засоби навчання, які систематизовано і зреалізовано в процесі апробації розробленої моделі в рамках формувального експерименту;

- *подальшого розвитку набули* теоретико-методичні аспекти формування навичок самоменеджменту та самомаркетингу майбутніх фахівців сфери послуг і туризму задля їх професійно-особистісної самореалізації.

**Практичне значення дослідження** полягає в розробці навчально-методичного забезпечення навчальної вибіркової дисципліни «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму», в можливості використання теоретичного та практичного матеріалу, джерельної бази дисертації для розширення змісту навчальних дисциплін «Вступ до фаху та основи наукових досліджень», «Маркетинг туризму», «Культура в готельно-ресторанній справі» та ін. Практичні напрацювання можуть бути використані для розробки навчальних планів, програм, підручників і навчальних посібників, педагогічних програмних засобів, модернізації методичних матеріалів для очної, заочної та дистанційної форм навчання у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти.

Результати дослідження **впроваджено** в освітній процес ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.

**Апробація основних теоретичних і практичних результатів дисертації.** Основні положення і результати дослідження оприлюднено на *міжнародних*

конференціях: «Психологія і педагогіка: Актуальні питання XXI століття (Одеса, 2011); «Соціальна педагогіка: наука, професія, діяльність (здобутки двох десятиріч)» (Київ-Івано-Франківськ, 2013); «Партнерська взаємодія у системі інститутів соціальної сфери» (Ніжин, 2016), «Теоретичні, методичні та практичні проблеми соціальної роботи (Івано-Франківськ, 2019); *всеукраїнській* науково-практичній конференції «Розвиток обдарованості дітей в умовах інноваційного освітнього простору» (Київ, 2017).

**Публікації.** Результати дисертаційної роботи представлено у 13 одноосібних наукових працях та 1 – в співавторстві, з яких: 6 – у наукових фахових виданнях України, в тому числі 1 – в електронному виданні, 2 – у зарубіжному виданні, в тому числі 1 – в електронному виданні, 4 – у збірниках матеріалів конференцій, 1 – навчально методичний посібник.

**Структура і обсяг дисертації.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (267 найменувань, зокрема 13 іноземною мовою), 17 таблиць, 4 рисунків, 15 додатків на 47 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 289 сторінок, з них 190 сторінок – основний текст.

## **РОЗІДЛ 1. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теоретико-методологічні засади наукової проблеми**

### **1.1. Проблема формування підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму в науковій літературі**

Як свідчить аналіз сучасних реалій, розвиток різних галузей господарства значною мірою залежить від конкурентоспроможності та кваліфікованості фахівців, їх здатності успішно вирішувати професійні завдання, швидко реагувати на зміни, самостійно і відповідально приймати рішення тощо. Перелічені якості реалізуються у змісті підприємницької культури особистості, елементи якої необхідно формувати на різних ланках освіти. Цілеспрямований розвиток здатності до підприємництва у майбутніх фахівців різних галузей здійснюється під час навчання у закладах вищої освіти. Особлива значущість цього процесу спостерігається під час професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, оскільки саме цей напрям економіки в нашій державі вважається одним із пріоритетних.

Необхідність удосконалення професійної підготовки фахівців сфери послуг і туризму, актуальність формування їх підприємницьких здібностей засвідчено в нормативно-правових документах, які регулюють відповідні напрями господарства і систему вищої освіти в Україні, а саме:

- організаційно-правові засади підприємницької діяльності представлені в Законі України «Про підприємництво» (1991), Конституції України (1996), «Господарському кодексі України» (2003), «Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» (2017) та ін.;

- нормативне забезпечення організації сфери послуг і туризму задекларовані в Законі України «Про туризм» (2020), «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (2017), Хартії туризму (1985), Гаазькій декларації туризму (1989), Глобальному етичному кодексі туризму (1999) тощо;



- засадничі аспекти професійної підготовки ґрунтуються на Законах України «Про вищу освіту» (2020), «Про освіту» (2017), Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року (2013) та ін.

Відзначимо вагомість порушеної проблеми тим фактом, що в Конституції України задекларовано право кожного громадянина на підприємницьку діяльність та аспекти державного регулювання цієї сфери. Зокрема у статті 42 зазначено, що «кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. ... Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види та межі монополії визначаються законом. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг та робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів» [106].

У Господарському кодексі України (розділ 4) наведено визначення, основні принципи підприємницької діяльності, організаційні форми підприємництва, особливості державної підтримки даного напрямку, відповідальність суб'єктів підприємництва тощо [43].

У Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» до першочергових реформ та програм віднесено дерегуляцію і розвиток підприємництва: «Середньостроковою метою дальших реформ у цій сфері є створення сприятливого середовища для ведення бізнесу, розвитку малого та середнього підприємництва, залучення інвестицій, спрощення міжнародної торгівлі та підвищення ефективності ринку праці», а також удосконалення туристичної галузі, яка забезпечує «формування та просування бренд-меседжів про Україну» [220].

Окреслення шляхів формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму потребує системного підходу. Важливими аспектами є аналіз наукових розвідок у даному напрямі та відповідний дефінітивний аналіз ключових понять дослідження, серед яких: «підприємництво», «підприємницька діяльність», «підприємницька культура», «підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»...

Розуміння сутності перелічених категорій потребує короткого ретроспективного аналізу, оскільки економічні відносини значною мірою стимулювали і супроводжували розвиток людської цивілізації. В історії наукової економічної думки поняття «підприємець» (франц. – *entrepreneur*, у перекладі означає «посередник») уперше використав Р.Кантільйон у 1725 році й визначив його як «людина, яка діє в умовах ризику» [240, с.14]. Ризикованість, на думку автора, полягала у тому, що людина за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію, повинна продати її з метою отримання прибутку, а також зазнати певних витрат, не знаючи наперед, за якими цінами вона зможе реалізувати свою продукцію [30, с.30].

Як свідчать результати наукових розвідок [30; 55; 132; 238; 246], в історії економічної думки різні аспекти підприємництва упродовж XVIII – XIX століть досліджували А.Сміт (обґрунтував економічну політику держави як модель вільного підприємництва; до характеристик підприємництва, окрім ризикованості, додав отримання доходів від дій підприємця), Ж.-Б.Сей (виокремив організаторську функцію підприємця, який має ефективно комбінувати землю, капітал і працю), А.Маршал (ототожнював менеджмент і підприємництво) та інші теоретики-економісти.

Засновником сучасної еволюційної економічної теорії вважають Й.Шумпетера, який на початку XX століття розробив фундаментальні принципи і методологію підприємництва, а також акцентував увагу на інноваційному компоненті підприємницької діяльності та значенні особистісного чинника у виробництві. За концепцією Й.Шумпетера, підприємництво стимулює економічний розвиток загалом, долає інерцію, «здійснює нові комбінації» чинників виробництва, реалізує нововведення [30; 238; 248].

Отож, наукові погляди на феномен підприємництва доводять його значущість і багатоаспектність. Сутнісні ознаки підприємництва (ризикованість, організованість, управління, інноваційність, одержання прибутку тощо), виокремлені в різні періоди становлення економічної теорії як науки, дотепер не втратили своєї актуальності.

У сучасних дослідженнях українських науковців дедалі більше зростає інтерес до філософських, історичних, економічних, соціологічних, психологічних, педагогічних аспектів підприємництва. Розглянемо основні з них.

Особливості формування морально-етичних цінностей підприємця у соціально-філософському вимірі наведено в дослідженні В.Акопяна [2]; світоглядні та моральні основи буттєвої самореалізації сучасного підприємця вивчають Р.Олексенко, В.Молодиченко [164]; соціально-філософський аналіз економічного розвитку нації в контексті глобалізаційних процесів здійснила Т.Глушко [40] та ін.

Соціокультурні та соціопсихологічні виміри підприємництва досліджують Н.Комих, З.Остропольська, Ю.Пачковський, В.Пилипенко та інші. Зокрема, Ю.Пачковський [172] дослідив теоретико-методологічні аспекти проблеми, виокремив систему факторів, які регулюють підприємництво, зосередив увагу на діяльнісних та поведінкових проявах підприємництва. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні визначає Н.Комих [104].

Останнім часом дедалі більше науковців зосереджують увагу на психологічному підґрунті підприємництва, а саме: Л.Карамушка досліджує психологічний вимір підготовки майбутніх менеджерів до управління, стимулювання їх підприємницької активності [89; 90]; О.Креденцер виокремлює психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торговельного бізнесу [110]; психологічні особливості професійного самовизначення майбутніх фахівців торговельного підприємства наведено в дисертації Ю.Дроздової [52].

Історичні аспекти розвитку підприємництва в Україні наведені в наукових працях О.Демидова [101], Т.Колесник [101], Т.Лазанської [118], В.Мадзігона [132] та ін.

Узагальнення іноземного досвіду професійної підготовки майбутніх фахівців до підприємницької діяльності здійснюють Н.Креденець (соціальне партнерство в професійній підготовці фахівців сфери послуг в Австрії і Німеччині), О.Ножовнік (окремі аспекти підготовки фахівців з міжнародної економіки, зарубіжний досвід

формування підприємницьких навичок), О.Романовський (загальні засади підприємницької освіти в розвинутих зарубіжних країнах і шляхи реалізації в Україні освітньої програми з підприємництва).

Ученими доведено, що з основами підприємництва, за прикладом економічно успішних європейських країн та США, діти можуть ознайомлюватися починаючи з дошкільного віку. Враховуючи принцип наступності, бізнес-освіту слід продовжувати у системі початкової, загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої та післядипломної освіти, а також розвивати підприємницькі навички засобами самоосвіти упродовж життя [194]. Щодо професійної підготовки майбутніх фахівців О.Ножовнік зауважує, що в сучасній вищій економічній освіті в європейських країнах посилюються тенденції фундаменталізації та міждисциплінарності, оскільки гуманістична модель фахівця нового типу передбачає наявність таких якостей як гнучке соціальне мислення та інноваційне бачення сучасної наукової картини світу [162]. Отож, для удосконалення системи професійної підготовки майбутніх фахівців у закладах вищої освіти України необхідно враховувати досвід країн з високими показниками розвитку економіки і підприємництва та орієнтуватися на потреби ринкової економіки.

Вагомим у контексті виконаної дисертаційної роботи є окреслення особливостей реалізації підприємництва у різних видах туризму та сфери послуг, оскільки для успішного розвитку туристичної галузі необхідні оптимальні методи управління капіталом, інноваційні проєкти, урахування ризиків, конкурентоспроможність тощо. Низка наукових досліджень присвячені проблемі підприємництва в туризмі: державні та економічні механізми регулювання даного напрямку окреслені в статті В.Ткач, О.Камушкова, С.Захарової [229]; теоретико-методичну сутність підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму вивчають В.Папп, Н.Бошота [171]; особливості організації підприємництва в агротуризмі наведені в посібнику В.Герасименко та С.Нездоймінова [38].

Дослідження підприємництва в педагогічному аспекті представлені в контексті професійної підготовки майбутніх фахівців для різних галузей господарства, як-от: формування підприємницької культури майбутніх дизайнерів (М.Пічкур, О.Федоров), фахівців ресторанного господарства (М.Ткаченко), економістів (Ю.Білова, Г.Матукова), учителів технологій (О.Земка, М.Ляшенко); інформатиків (Н.Морзе, Н.Балик), керівників закладів дошкільної освіти (Ю.Чечура).

Значного поширення набули наукові розвідки, присвячені формуванню підприємницьких якостей в учнівської молоді (І.Білоконь, Н.Дембицька, І.Зубіашвілі, О.Ліскович, Г.Назаренко, Н.Побірченко). Цікавим з погляду реалізації наступності в процесі формування підприємницької компетентності молоді є методичний посібник Г.Назаренка [155]. Дослідник представляє теоретичні засади підприємницької діяльності, конкретизує сутність і структуру ключових понять, а також наводить практичні рекомендації для формування основ підприємницької компетентності як в початковій, так і в основній школі. У 10-11 класах загальноосвітніх навчальних закладів вивчення основ підприємства здійснюється у руслі профілізації старшої школи відповідно до чинних програм [155].

Науковий інтерес для нашого дослідження становлять особливості ознайомлення старшокласників з основами підприємництва, оскільки саме на цьому етапі здійснюється допрофесійне навчання, і дуже часто формуються уподобання та самовизначення в майбутній професійній діяльності.

Аналіз навчальних програм з технологій для 10-11 класів засвідчив, що формування підприємницької компетентності учнів здійснюється як на рівні стандарту, так і на профільному рівні. У навчальній програмі «Технології. 10-11 клас» (рівень стандарту) (авторський колектив під керівн. А.Терещук), яка має модульну структуру, виокремлено навчальний модуль «Основи підприємницької діяльності». Очікувані результати навчально-пізнавальної діяльності містять три компоненти: знаннєвий, діяльнісний і ціннісний, які формуються у процесі виконання тематичних проєктів (фінансово-кредитне підприємництво: «Банк», «Страхова компанія», «Біржа»; мале підприємництво «Майстер» , «Меблеві

дрібниці» «Український сувенір») [153]. Означений модуль зорієнтований на формування в учнів однієї з ключових компетентностей – ініціативності й підприємливості.

У змісті навчальної програми з технологій на профільному рівні виокремлено спеціалізацію «Підприємництво» [153]. Програма з підприємництва ґрунтується на особистісно орієнтованому, компетентнісному і діяльнісному підходах і містить сім розділів, а саме: «Організаційно-правові основи підприємництва», «Економічні основи підприємницької діяльності», «Фінансово-кредитне забезпечення підприємництва», «Бухгалтерський облік у підприємстві», «Соціально-психологічні основи підприємництва», «Техніко-організаційні основи підприємництва», «Діловодство», «Основи інноваційної діяльності з технологій». Як зазначають автори, «зміст програми, що вибудовується за структурою проєктно-технологічної діяльності, має дві форми прояву: реальну і понятійну. З одного боку організація власної проєктно-технологічної діяльності забезпечує здатність розв'язувати реальні проблеми, з іншого – для успішного її здійснення потрібно набути відповідні знання про означену діяльність – в поняттях, правилах, нормах, культурних традиціях тощо» [153].

Результати дефінітивного аналізу наукових розвідок з проблем підприємництва засвідчили як спільні риси, так і розбіжності у підходах до розуміння термінологічного апарату. Зазвичай підприємництво трактується як особливий вид економічної діяльності, який передбачає отримання прибутку, а провідними його ознаками є цілеспрямованість, систематичність, інноваційність, креативність, ризик тощо. У довідковій літературі підприємництво визначається як «окремий вид бізнесу, самостійна ініціативна діяльність на власний ризик (виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею), що ґрунтуються на вкладанні власних коштів, використанні існуючих та створенні нових можливостей з метою одержання прибутку» [63, с.230]. Ю.Пачковський акцентує на креативній ознаці підприємництва і розуміє його, як «особливий творчий різновид економічної діяльності і поведінки людини, керованої у своїй діловій активності особистими вигодами з врахуванням реальних інтересів і

стратегічних цілей конструктивного розвитку та взаємодії усіх сфер суспільного життя» [172, с.10].

У наукових працях Н.Комих і І.Лантух спостерігаються однакові підходи до визначення ознак підприємництва (цілеспрямованість, систематичність, відповідальність, інноваційність, отримання прибутку, ризикованість, невизначеність, самореалізація і творче самовдосконалення особистості тощо). Однак Н.Комих зосереджується на соціокультурному вимірі і визначає підприємництво як «явище, яке іманентно присутнє в суспільстві та передбачає наявність соціально-економічної активності індивіда» [104, с.11], а І.Лантух конкретизує функціональні аспекти підприємництва і вважає, що це «цілеспрямована, систематична, відповідальна інноваційна діяльність з управління капіталом» [119, с.15]. У визначенні В.Мадзігона окрім ознак підприємництва виокремлено також види підприємницької діяльності, а саме: «...пов'язана із виробництвом продукції, виконанням робіт, наданням послуг та заняттям торгівлею з метою одержання прибутку» [132, с.36].

У контексті виконаного дослідження доцільно послуговуватися робочим визначенням, наведеним у Господарському кодексі: «підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [43]. У даному документі задекларовано і принципи підприємницької діяльності. А саме:

- вільний вибір видів діяльності;
- самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- вільний найм підприємцем працівників;
- комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;

- самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд [43].

Загалом, як стверджує А.Дядін, в сучасній економічній науці виокремлюються декілька підходів до трактування термінологічного апарату підприємницької діяльності, а саме: прибутковий (підприємницькою вважається будь-яка діяльність, результатом якої є прибуток), особистісний (підприємець є суб'єктивним особистісним фактором підприємництва), мотиваційний (рушійними силами підприємницької діяльності вважаються мотиви, прагнення, бажання, а не спеціальні здібності індивіда), функціональний (підприємницька діяльність спрямована на отримання суспільної і особистої вигоди) [55, с.66–68].

Різноманітність підходів обумовлена специфічними особливостями та функціональними характеристиками підприємницької діяльності. У навчальних посібниках та підручниках [38; 41; 49; 50] зазвичай розглядають інноваційну, ресурсну, організаційну і стимулюючу функції. У процесі порівняльного аналізу й узагальнення результатів наукових розвідок [5; 21; 41; 31; 151; 155; 230; 248] було виокремлено найбільш загальні функції підприємницької діяльності, а саме:

- ресурсна (господарська) – мобілізація капіталу, найефективніше використання ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних, інтелектуальних та ін.) з метою одержання оптимального прибутку;

- організаційна – впровадження нових форм і методів організації виробництва, розробка нових систем оплати й стимулювання праці, розподіл продуктивних сил і відповідні методи контролю;

- інноваційна (творча, новаторська) – постійне продукування нових ідей (технічних, організаційних, управлінських), оригінальне мислення, технічні нововведення для покращення результативності підприємницької діяльності, готовність ризикувати;

- соціальна – урахування потреб суспільства у процесі виготовлення товарів і надання послуг, працевлаштування осіб, виплата податків, модернізація економічних відносин;



- особистісна – самореалізація підприємця, досягнення особистих цілей, відчуття задоволення від діяльності й усвідомлення власної незалежності.

Таким чином підприємницька діяльність в сучасній ринковій економіці «забезпечує розвиток і постійне оновлення економічної системи, стимулює інноваційне середовище, яке відкриває шлях до радикальних перетворень у технічному базисі та свідомості людей» [5, с.15]. Рушійною силою в цьому процесі є особистість, зорієнтована на досягнення успіху, готова до ризику, відкрита до інновацій, здатна управляти собою та організовувати роботу колективу. А для успішного здійснення підприємницької діяльності в певній галузі особистість має володіти відповідними якостями та здібностями,

Задля розуміння сутності поняття «підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму сфери послуг і туризму» необхідно здійснити його семантичний аналіз, а саме – розглянути значення категорій «культура», «підприємницька культура» тощо.

У підходах до трактування означеного поняття є значні розбіжності, що пояснюється складністю і багатоаспектністю феномену культури в сучасній науці. У словниках української мови наведено декілька значень категорії «культура», а саме: «1) сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством упродовж його історії; рівень розвитку суспільства в певну епоху; те, що створюється для задоволення духовних потреб людини; 2) освіченість, вихованість; 3) рівень, ступінь досконалості якої-небудь галузі господарської або розумової діяльності...» [32, с.596; 206, с.395]. Конкретизовано сутність даного поняття у наукових працях з філософії, історії, культурології, соціології, мистецтвознавства тощо. У посібниках з культурології зазначається, що «культура – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, створена внаслідок цілеспрямованої діяльності людства протягом його історії, а також взаємовідносини, що склалися в процесі споживання, відтворення цих цінностей та їх розподілу і обміну» [116, с.14]; «... а також система історично сформованих знань, ідей і соціальних норм, що відображають активну творчу діяльність людей в освоєнні світу і спрямовані на

врегулювання суспільних відносин; ... це якісна характеристика розвитку суспільства» [152, с.4].

У посібнику з культурології за редакцією І.Тюрменка основні підходи до визначення поняття «культура» зведено до трьох напрямів, а саме: філософського (система відтворення і розвитку людини як суб'єкта діяльності), антропологічного (система артефактів, знання, вірування), соціологічного (система цінностей і норм, що опосередковують взаємодію людей) [116, с.12]. Дослідниками також представлено класифікаційні параметри, зміст яких відрізняє перелічені підходи (істотні ознаки, типові структурні елементи, головні функції, пріоритетні методи дослідження).

Одним з найбільш ґрунтовних є аналіз В.Касіяна. Вчений пропонує філософське осмислення культури і зазначає, що даний феномен необхідно тлумачити залежно від конкретного аспекту розгляду, відповідного підходу. А саме:

- аксіологічний – культура як світ цінностей матеріальних і духовних, ієрархія ідеалів і смислів;
- діяльнісний – культура як спосіб збереження, відтворення і розвитку суспільства, «технологія» людської діяльності;
- семіотичний – культура як сукупність знакових систем, що забезпечують соціальну спадкоємність;
- структуралістський – культура як сукупність соціальних елементів, які регулюють людську діяльність (сім'я, шлюб, звичаї, символи);
- «соціологічний» – культура як соціальний інститут, що функціонує в конкретній системі суспільних відносин та інститутів і визначає ролі і норми поведінки людей у суспільстві;
- гуманітарний – культура як процес, що поєднує всі види людської творчості і який регулюється людиною як членом колективу [91].

Отож, у наукових розвідках терміном «культура» позначають і сукупність результатів діяльності людства в духовному і матеріальному вимірах (предмети і цінності), і певний еталон, зразок, який є мірилом для поняття культурності, і

специфічно людський спосіб діяльності, що обумовлюється відповідними нормами.

У психолого-педагогічній літературі [27; 145; 154] поняття «культура» зазвичай розуміють як складне особистісне утворення, яке обумовлюється системою норм, ціннісних орієнтацій, переконань, принципів, моделей поведінки. Культура засвоюється і реалізується у соціальній діяльності, взаємодії з іншими людьми. С.Булавенко пропонує визначення загальної культури: «...це специфічний спосіб організації людської життєдіяльності, що представлений у продуктах матеріальної та духовної праці, у системі соціальних норм та установок, у духовних цінностях, у сукупності ставлень людей до природи, до інших людей і до себе» [27, с.7–8]. Отож, з погляду педагогічної науки культура має суб'єкт-суб'єктний характер, відображає здатність особистості засвоювати відповідні норми, цінності, способи поведінки, а також відображати їх у безпосередній діяльності, спілкуванні і взаємодії з іншими людьми.

У контексті виконаної дисертації зазначимо, що численні наукові розвідки присвячені педагогічним, соціальним, психологічним аспектам формування підприємницької компетентності учнівської та студентської молоді [20; 131; 133; 136; 155; 229]. Натомість підприємницька культура як об'єкт наукового пошуку менш поширена і вивчається в контексті професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму для різних галузей господарства [50; 179; 233] або як сукупність правил, норм і цінностей, які регулюють підприємницьку діяльність [21; 103].

Автори «Соціологічного словника» поняття «підприємницька культура» розуміють як ознаку окремого суспільства і вважають, що це – певна соціетальна культура, в межах якої цінними є індивідуальна ініціативність, енергійність, самостійність [1, с.205]. С.Білоус-Сергеєва вивчає культуру підприємництва і розуміє її як «систему правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різноманітних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю керівництва, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці та перспективи розвитку» [21, с.236]. На думку дослідниці, саме культура впливає на

престижність підприємства, продуктивність, якість товарів і послуг, а також збільшення прибутків. Близьким за значенням є поняття «бізнес-культура», яку трактують як частину нематеріальної економіки, яка визначає взаємовідносини в бізнес-середовищі на основі трудових загально-корпоративних, національних цінностей, – і спроможна впливати на успішність та розвиток суб'єкта господарювання [103, с.209].

Ю.Пачковський здійснив соціокультурний аналіз поняття «підприємництво» і виокремив три його складові, а саме: підприємницька культура, підприємницька ідеологія й цінності, національний характер. Під підприємницькою культурою автор розуміє «певна сукупність норм та правил поведінки, якими керуються підприємці в процесі виробничо-господарської діяльності» [172, с.13]. Аналізуючи феномен підприємницької культури вчений насамперед акцентує на етиці взаємовідносин у бізнесі. Усю багатоманітність взаємовідносин Ю.Пачковський зводить до таких варіантів: «підприємець – найманий працівник», «підприємець – споживач продукції, послуг», «підприємець – підприємець», «підприємець – інвестор (кредитор)», «підприємець – довкілля», «підприємець – суспільство» [172, с.14].

Особистісний вияв змісту підприємницької культури наведений О.Федоровим. Учений інтерпретує означене поняття в аксіологічному і ментальному аспектах: «підприємницька культура – система цінностей, соціальних норм поведінки й етичних взаємин суб'єктів господарювання на конструктивних засадах організації інноваційної діяльності для забезпечення прибуткової результативності особистісно й суспільно корисної справи» [233, с.8]. У статті І.Добрянського і М.Зимомрі поняття «підприємницька культура» розглядається як складова професійної культури майбутнього дизайнера, яка «забезпечує спрямованість на визначення потенційних можливостей спеціаліста з даного фаху в досягненні комерційного результату засобами організаційної мобільності, залучення необхідних ресурсів та формування системи маркетингових комунікацій» [50, с.18]. У даному визначенні акцентовано на діяльнісному вимірі досліджуваного феномену.

Виокремлені положення засвідчили розуміння ученими підприємницької культури особистості як цілісного і багатогранного феномену. Аналіз і узагальнення результатів сучасних вітчизняних досліджень дозволили виокремити наукові підходи до розуміння підприємницької культури, а саме: соціокультурний, організаційний, діяльнісний та особистісний, сутність яких наведено в таблиці 1.1.

*Таблиця 1.1.*

**Аналіз наукових підходів до розуміння категорії  
«підприємницька культура» у сучасних дослідженнях**

Науковий підхід	Дослідники	Предмет дослідження	Зміст поняття
Соціокультурний	Ю.Пачковський	соціо-психологічне розуміння підприємництва	певна сукупність норм та правил поведінки, якими керуються підприємці в процесі виробничо-господарської діяльності [173]
	З.Остропольська	соціокультурні виміри етики підприємництва в Україні	опосередковано репрезентує українську національну культуру з її системою цінностей, ідей і символів, традиційним кодексом моральної поведінки особистостей [169]
Організаційний	С.Білоус-Сергеева	загальні питання організаційної культури підприємств	система правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різноманітних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю керівництва, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці та перспективи розвитку [21]

	В.Колот, І.Рєпіна, О.Щербина	організація і розвиток бізнес- культури	частина нематеріальної економіки, яка визначає взаємостосунки в бізнес-середовищі на основі трудових загально- корпоративних, національних цінностей і спроможна впливати на успішність та розвиток суб'єкта господарювання [103]
	Мочерний С., Устенко О., Чеботар С.	загальні основи підприємницької діяльності	сукупність прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні виробничими процесами та економічними відносинами між людьми [151]
Діяльнісний	І.Добрянський М.Зимомря	формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватної вищої школи	забезпечує спрямованість на визначення потенційних можливостей спеціаліста з даного фаху в досягненні комерційного результату засобами організаційної мобільності, залучення необхідних ресурсів та формування системи маркетингових комунікацій [50]
Особистісний	О.Федоров	формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватного вищого	система цінностей, соціальних норм поведінки й етичних взаємин суб'єктів господарювання на конструктивних засадах організації інноваційної

		навчального закладу	діяльності для забезпечення прибуткової результативності особистісно й суспільно корисної справи [233]
	М.Пічкур	системний підхід у формуванні підприємницької культури майбутніх дизайнерів	інтегративна здатність дизайнера створювати інноваційні дизайн-проекти й упевнено та по діловому реалізовувати їх з максимальною користю [179]

Сутнісний аналіз наведених визначень засвідчив, що найоптимальнішим в контексті виконаної дисертаційної роботи є особистісно-діяльнісний підхід до розуміння поняття «підприємницька культура», оскільки освітній процес ЗВО спрямований на формування відповідних знань, умінь, навичок, мотивації та цінностей та особистісних якостей, що визначатимуть успішність майбутньої професійної діяльності.

Соціокультурний та організаційний виміри репрезентують зовнішні чинники, на яких ґрунтується підприємницька культура особистості. До зовнішніх чинників соціокультурного виміру доцільно віднести культуру суспільства та національну культуру. Н.Сидоренко зазначає, що завдяки засвоєнню *культури суспільства* у людини «закладаються основи для формування власного світогляду, широти знань, моральних та правових норм, поведінкового репертуару; ... усвідомлення місця і ролі у суспільстві, мети і сенсу життя, відповідальності за свої вчинки та ставлення до інших людей» [202]. У контексті формування підприємницьких якостей означений рівень культури формує суспільний запит на актуальність розвитку того чи іншого напрямку підприємництва.

*Національна культура* забезпечує збереження і збагачення цінностей, ідей і символів, моральних норм і традицій, притаманних окремому етносу. У змісті підприємницької культури завдяки національній формуються певні правила взаємодії на основі традицій і звичаїв, ставлення до різних категорій населення

(повага до старших, традиції і норми виховання дітей, гендерні стереотипи тощо), а також задоволення їх потреб.

На зворотному зв'язку суспільної та національної культури з підприємницькою наголошують Р.Олексенко та В.Молодиченко. Учені зазначають, що саме «підприємець з сучасним світоглядом, філософією, мораллю, спрямованими на творчу трансформацію дійсності та на духовно-вольове самовтілення, здатний до реальних реформ, які можуть вивести країна на сучасний рівень соціокультурного та цивілізаційного розвитку» [164, с.168].

У сфері послуг та туризму здобутки національної культури можуть бути також додатковим напрямом діяльності (популяризація історії та культури народу, активізація культурного та етнографічного туризму тощо).

Організаційний вимір представлено такими чинниками як економіко-політична культура держави, культура підприємництва окремих галузей, організаційна (корпоративна) культура підприємства. *Економіко-політична культура* держави забезпечує правове функціонування різних форм підприємництва, створює умови для розвитку бізнесу, визначає пріоритетні для держави напрями підприємництва, конкретизує норми діяльності, права і обов'язки суб'єктів підприємництва, розробляє норми кредитування і оподаткування. Економіко-політична культура має спиратися на суспільні культурні норми і цінності, діяти в інтересах громадян, створювати умови для збереження і збагачення національної культури. Для успішного розвитку підприємницької культури особистості необхідна державна підтримка малого і середнього бізнесу, політична стабільність, стимулюючі законодавчі ініціативи тощо.

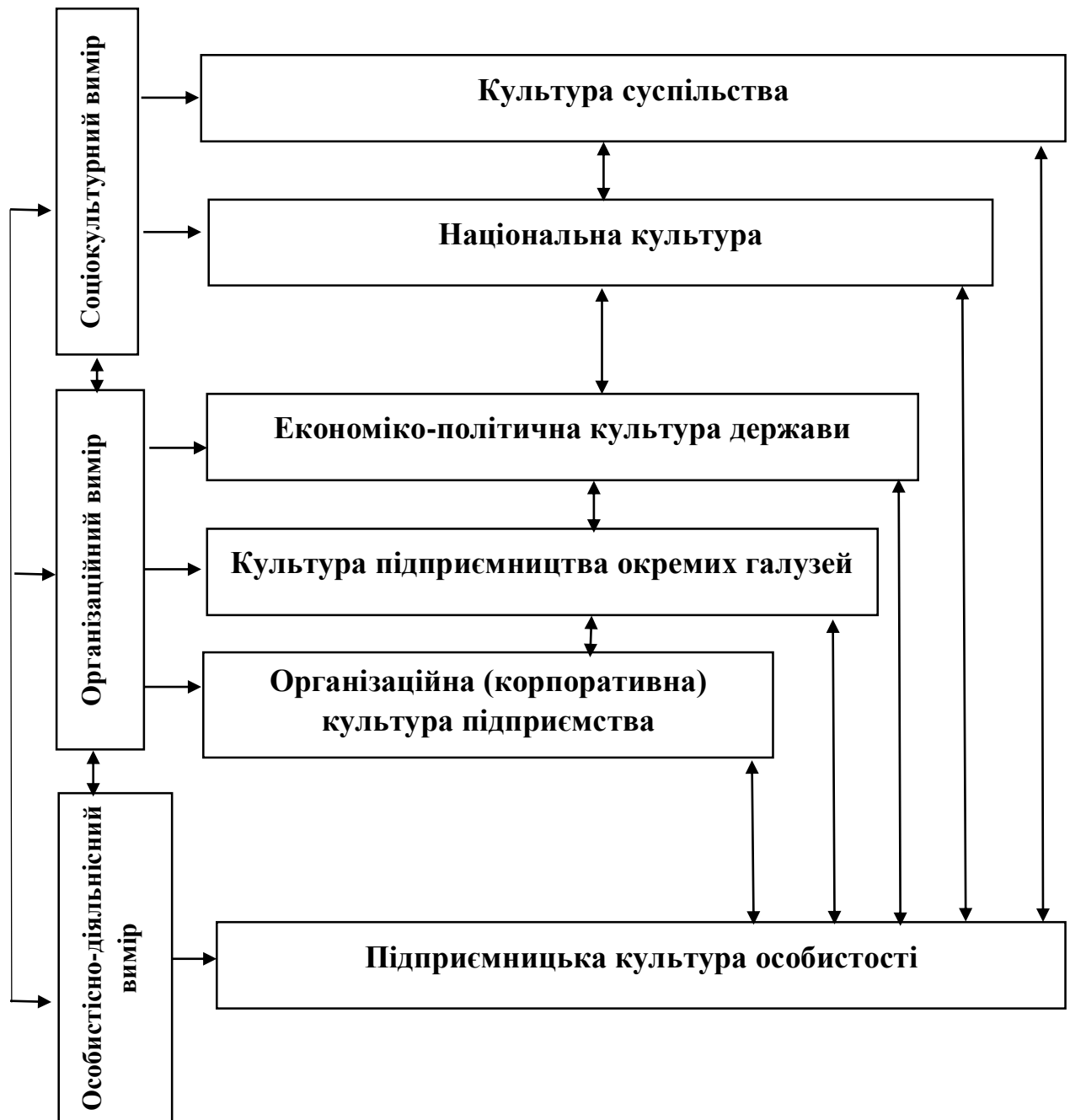
*Культура підприємництва окремих галузей* визначає особливості розвитку підприємництва в різних галузях господарства, специфіку ведення бізнесу, норми і правила налагодження ділових контактів, партнерства та конкуренції, впровадження інновацій тощо. У сфері послуг та туризму необхідно враховувати специфіку галузі, а саме: швидкі обороти капіталу, територіальні відмінності, неможливість транспортувати та накопичувати послуги, діяльність у площині «людина – людина» тощо.



*Організаційна або корпоративна культура підприємства* визначає «клімат, стиль взаємовідносин, цінності підприємства... стиль керівництва та поведінки працівників, системи цінностей та ідей, прийняті на підприємстві стандарти та правила» [21, с.235–236]. Безумовно, що організаційна культура регулюється загальними нормами законодавства, особливостями галузі, передбачає урахування національних цінностей та суспільних моральних норм тощо. Відтак і на особистісну культуру працівників здійснюється значний вплив, оскільки від комфортних психологічних умов та вмілого керівництва залежить продуктивність, ініціативність та творчий підхід до вирішення професійних завдань і досягнення поставлених цілей. З іншого боку, рівень підприємницької культури кожного працівника забезпечує успіх діяльності цілого підприємства.

В *особистісно-діяльнісному вимірі* розглядаємо ключове поняття «підприємницька культура особистості», яка окрім наведених зовнішніх чинників обумовлюється внутрішніми, як-от: мотиви, цінності, здібності, особистісні якості, спрямування особистості тощо.

Отож, зміст підприємницької культури розглядитимемо як поєднання ціннісної сфери особистості, її спрямованості, самореалізації та особливостей взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності на засадах соціальних і етичних норм під впливом внутрішніх (особистісних) та зовнішніх (культура суспільства, національна культура, економіко-політична культура держави, культура підприємництва, організаційна (корпоративна) культура підприємства тощо) чинників. Система розуміння зовнішніх чинників формування підприємницької культури особистості та їх взаємозв'язків представлена в нарисунку 1.1.



**Рис. 1.1.** Зовнішні чинники формування підприємницької культури особистості

Підприємництво передбачає уміння ефективним і новаторським способом поєднати основні фактори виробництва та створення таких умов, які дозволять виробляти й реалізовувати висококонкурентні товари та послуги [150, с.144]. Складність та багатовимірність означеного поняття зумовлена широким колом завдань, які покликаний вирішувати підприємець у реаліях ринкової економіки. А саме: пошук власної справи, створення умов для її реалізації та подальшого

удосконалення, налагодження комунікації для успішного розвитку бізнесу, забезпечення відповідності підприємницької діяльності нормативно-правовій базі, мотивація, самоорганізація та організація діяльності працівників, необхідність забезпечення соціального захисту себе і своїх працівників тощо. Означене стосується усіх напрямів підприємництва, в тому числі – сфери послуг і туризму.

Підприємництво туристичної діяльності та сфери послуг розглядається дослідниками як особливий вид активності, яка базується на ініціативі, інноваційній підприємницькій ідеї і спрямована на виробництво та реалізацію туристських товарів, наданні відповідних послуг та отриманні прибутку [150, с.144]. В.Герасименко та С.Нездоймінов акцентують на тому, що підприємництво в туризмі та сфері послуг «вимагає послідовного виконання логічно взаємопов'язаних стадій та етапів» [38, с.36] і зауважують, що з таким бізнесом «пов'язане формування матеріальної бази галузі, планування напрямків та обсягу обслуговування туристів в регіоні, оцінка ефективності діяльності підприємств та використання ресурсів, організація праці, особливості ринку та характер споживання туристичних послуг» [38, с.36].

На підставі результатів аналізу наукових розвідок [35; 38; 150; 230], доведено призначення підприємницької діяльності у сфері послуг та туризму, а саме:

- адекватна оцінка і прогноз потреб ринку туризму та сфери послуг;
- передбачення нових напрямів розвитку ринку, виявлення найбільш перспективних і затребуваних видів послуг у сфері готельно-ресторанних послуг та туристських дестинацій;
- виявлення оптимального об'єму виробництва і реалізації туристських продуктів і послуг з урахуванням попиту, сезонності, умов середовища;
- здійснення пошуку й створення нових технологій виробництва і збуту туристських продуктів і реалізація послуг з метою мінімізації витрат та максимізації прибутків.

Представлені вище узагальнення зумовили визначення *засадничих положень* для успішного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери

послуг і туризму під час освітнього процесу у закладах вищої освіти. Отож, підприємницька культура особистості:

- є цілісним і багатофункціональним феноменом, який визначає успішність професійної діяльності і самореалізацію особистості;
- нормативною основою є законодавча база, яка регулює функціонування сфери послуг і туризму, а також підприємницьку діяльність загалом, об'єктивні закони економіки, менеджменту і маркетингу тощо;
- відображає ціннісні орієнтації та установки особистості і впливає на подальше їх формування в процесі підприємницької діяльності;
- обумовлена особливостями професійної діяльності фахівців сфери послуг і туризму(суб'єкт-суб'єктна взаємодія, соціальна спрямованість, конкурентність на ринку сфери послуг і туризму тощо);
- особистісний рівень разом із ціннісними орієнтаціями підприємця впливають також на організаційну культуру цілого підприємства, його працівників, оскільки таким чином формуються норми, правила, корпоративні цінності тощо;
- визначає стратегію і тактику професійної діяльності у сфері обслуговування і туризму для отримання оптимального результату (прибутку) за умови використання оптимальних ресурсів (матеріальних і нематеріальних).

Сукупність наведених положень і специфіка професійних завдань підприємця в даній галузі обумовлюють конкретизацію дієвих ознак поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму» та дозволяють сформулювати його робоче визначення, а саме: *підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму* – це інтегральне особистісне утворення, що ґрунтується на системі ціннісних орієнтацій та установок особистості (переконань, ставлень, мотивів, цілей тощо), обумовлене особливостями діяльності в сфері послуг та туризму, реалізується у взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, визначає стратегію та тактику професійної діяльності й самореалізації особистості в даному напрямі.

Під поняттям «формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму» розуміємо цілеспрямоване моделювання педагогічних

умов, що забезпечують розвиток комплексу якостей, мотивів, прагнень, ключових та професійних компетентностей особистості та обумовлюють готовність майбутнього фахівця сфери послуг і туризму до виконання професійних функцій з урахуванням галузевих, економічних та соціально-етичних засад підприємництва.

Підприємницька культура, як інтегральна характеристика особистості фахівців сфери послуг і туризму, у змісті їх професійної діяльності забезпечує досягнення низки цілей, а саме:

- підвищення ефективності професійної діяльності фахівця завдяки орієнтації на удосконалення якості послуг, які надаються споживачам туристичної індустрії та готельно-ресторанного господарства;

- реалізація творчого потенціалу особистості у процесі сприймання, розробки й реалізації інновацій у галузі туризму і сфери обслуговування, пошуку нових шляхів ефективного розв'язання професійних завдань тощо;

- посилення соціальної відповідальності в професійній діяльності, яка здійснюється в системі «людина – людина», задля здійснення на основі морально-етичних норм і принципів.

Отже підприємницьку культуру фахівців сфери послуг і туризму доцільно розглядати як цілісне особистісне утворення, професійно значущу характеристику та перспективну мету професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

## **1.2. Теоретичні і методичні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму сфери послуг і туризму**

Система професійної підготовки фахівців для різних галузей господарства має відповідати запитам сучасної ринкової економіки. Виникає потреба удосконалення концептуальних засад та практичних аспектів такої підготовки. У процесі здобуття вищої освіти майбутніми фахівцями сфери послуг і туризму важливо враховувати суспільні потреби, економічну специфіку розвитку галузі та високий рівень конкуренції. Головним результатом професійної підготовки має бути

компетентний, висококваліфікований фахівець, готовий до розв'язання професійних завдань, здатний швидко реагувати на запити ринку послуг та туризму.

Організація освітнього процесу в закладах вищої освіти має базуватися на певних теоретичних засадах, які забезпечують фундаментальність, науковість, системність, цілеспрямованість професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму для різних галузей господарства. Оскільки саме теорія, як форма наукового пізнання «дає цілісне уявлення про закономірності та істотні зв'язки реального світу» [65, с.82].

Формуючи якості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму необхідно спиратися на відповідні закономірності, враховувати філософські, загальнонаукові та дидактичні принципи. На цій основі необхідно сформулювати методологічні підходи, які визначатимуть тактику і стратегію вирішення завдань наукового пошуку і досягнення поставленої мети, а саме – ефективне формування підприємницької культури у майбутніх фахівців сфери послуг і туризму під час освітнього процесу у закладі вищої освіти. Відтак, теоретичні засади професійної підготовки вбачаємо у окресленні загальних закономірностей організації цього процесу, виокремленні методологічних підходів та конкретизації принципів.

Зазначимо, що окремі теоретичні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму наведені у дослідженнях сучасних українських та зарубіжних науковців. Однак у вирішенні означеної проблеми спостерігаються певні розбіжності, оскільки професійна підготовка майбутніх фахівців для туристичної галузі та готельного господарства у наукових розвідках розглядаються як окремі або сумісні напрями. У дослідженнях Л.Кнодель [98], Т.Сокол [208; 209; 210], В.Федорченка [234], Н.Фоменко [234], Г.Щуки [249] та інших увагу акцентовано на різних аспектах підготовки фахівців туризму, і саме, професійна підготовка фахівців для готельного господарства розглядається у межах туристської освіти. В.Федорченко зосередив увагу на теоретико-методологічних

особливостях туристської освіти [234], досвід зарубіжної професійної підготовки фахівців для сфери послуг і туризму вивчають Л.Кнодель [98], Г.Щука [249].

Низка науковців використовує поняття «індустрія гостинності» або «сфера гостинності». В монографії колективу авторів за загальною редакцією В.Зайцевої «Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку» (2017) проаналізовано тенденції та перспективи розвитку обидвох напрямів – і туристичного бізнесу, й індустрії гостинності в Україні [83]. У руслі професійної підготовки А.Корніяка, Т.Голікова [107] в змісті означеної категорії також поєднують туристичний і готельно-ресторанний напрями.

Індустрію гостинності як глобальний соціальний феномен, який відображає культуру реального історичного часу розкриває В.Любарець [129, с.17] в монографії «Професійна підготовка майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності для індустрії гостинності: теоретичні обґрунтування». Вчена зосереджує увагу на підготовці майбутніх управлінців соціокультурної діяльності для індустрії гостинності, яка включає сфери діяльності: готельний та ресторанный бізнес, туризм, екскурсійну та анімаційну діяльність, дозвілля, розваги, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій [129, с.8].

Окрема група дослідників вивчає різні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування й зосереджує увагу саме на спеціальності «Готельно-ресторанна справа». А.Віндюк [35] у монографії та інших наукових публікаціях послуговується поняттям «сфера гостинності», акцентуючи на особливостях теорії і методики ступеневої освіти фахівців напряму «Готельно-ресторанна справа». І.Шпичко аналізує сутність і структуру соціальної компетентності майбутніх фахівців сфери послуг і туризму сфери й організовує експериментальне дослідження на базі спеціальності «Готельно-ресторанна справа» [247].

Така термінологічна неоднозначність зумовлена історичними аспектами впровадження спеціальностей сфери послуг і туризму в процес професійної підготовки. У дисертації Л.Соловей [213] наведено особливості історичного розвитку системи професійної підготовки туристичної галузі. Не вдаючись до

глибокого аналізу, зауважимо, що радянський період в розвитку туристської освіти характеризувався низкою негативних чинників (адміністративно-командні методи управління, ідейно-політичний тиск, нехтування національною культурою тощо), які гальмували цей процес [213, с.12]. Тривалий час (1994 – 2002 рр.) підготовка фахівців для сфери обслуговування здійснювалася в контексті напряму підготовки «Менеджмент». У 2002 р. було започатковано окремий напрям підготовки «Туризм», який забезпечував професійну підготовку фахівців зі спеціальностей «Туризм» і «Готельне господарство». У 2006 р. до переліку спеціальностей даного напряму було включено «Готельно-ресторанну справу» [34; 35; 213]. Означене свідчить про те, що зміст спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» включає багато спільних аспектів та суперечностей.

Загальні питання організації професійної підготовки для сфери обслуговування комплексно дослідив В.Федорченко. Вчений обґрунтував актуальність створення навчально-науково-виробничого комплексу підготовки фахівців сфери послуг і туризму, а також виокремив особливості організації освіти в такому комплексі. А саме:

- нормативне забезпечення проектування змісту туристської освіти;
- цілісний підхід до змісту освіти й професійного навчання, врахування органічної єдності загальноосвітньої і професійної підготовки, міцного зв'язку теорії й практики;
- забезпечення партнерських відносин між сферою освіти і сферою праці в туризмі;
- реалізація принципу наступності в змісті й організаційних формах професійної підготовки фахівців для сфери туризму на всіх освітньо-кваліфікаційних рівнях;
- кадрове забезпечення;
- впровадження педагогічних технологій особистісно орієнтованої професійної підготовки фахівців для сфери туризму;
- регулярне коригування процесу проектування змісту туристської освіти [235, с.38].



В дисертації Л.Кнодель конкретизовано міжнародні норми туристської освіти в країнах-членах ВТО й акцентовано на їх цілісності й системності. За результатами досліджень ученою сформульовано загальні та локальні закономірності, які необхідно враховувати у процесі формування національних систем туристської освіти. До загальних закономірностей віднесено такі: неперервність; гнучкість навчальних курсів і програм; мобільність студентів; поєднання науковості навчання з практичною реалізацією; між- та мультидисциплінарність навчальних планів. Локальні закономірності пов'язані з культурними, соціальними, політичними й економічними ситуаціями в тих країнах, де створюється система туристської освіти [98, с.23]. Наведені закономірності (і загальні, і локальні), на нашу думку, можуть охоплювати також і процес професійної підготовки фахівців для сфери послуг і туризму, оскільки ці напрями є суміжними і взаємозалежними.

У руслі порушеної проблеми доцільно звернутися до особливостей організації професійної підготовки студентів, які здобувають фах «Готельно-ресторанна справа». Комплексне дослідження цього напрямку здійснив А.Віндюк. Дослідник акцентує увагу на ступеневості процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування і вважає, що головною метою такої підготовки в умовах ступеневої освіти є підготовка висококваліфікованих кадрів для індустрії гостинності на підставі реального попиту на їх послуги, у формуванні їх здібностей забезпечити сервісну діяльність та обслуговування споживачів таких послуг [35, с.56], а також «динамічна адаптація фахівців до швидкозмінюваних вимог національного та міжнародного рівнів праці в індустрії гостинності» [35, с.52].

У процесі порівняльного аналізу професійної підготовки майбутніх фахівців готельного-ресторанного господарства О.Кашинська наводить суперечності, які характеризують таку підготовку, а саме: потреба вітчизняних підприємств готельного господарства у висококваліфікованих кадрах та рівнем підготовки студентів туристських спеціальностей у вітчизняних освітніх закладах; потребою навчальних закладів, які реалізують підготовку студентів за напрямом «Готельно-ресторанна справа», у теоретичному й методичному обґрунтуванні цього процесу та недостатнім рівнем розвитку науки в цьому напрямі; наявним закордонним

досвідом подолання тих ускладнень, які виникають у процесі формування вітчизняної системи професійної освіти у сфері гостинності, та недостатнім рівнем його вивчення з метою вдосконалення підготовки фахівців вітчизняної готельної сфери [92, с.8].

Як відомо, специфіка педагогічних досліджень передбачає опертя на об'єктивні закономірності освітнього процесу. С.Гончаренко стверджує, що їх виявлення полягає не лише у фіксації тих явищ, які безпосередньо відбуваються в освітньому процесі, а в пошуку глибинних методологічних основ педагогічної діяльності [42, с.16]. На основі узагальнення й систематизації наведених положень нами було сформульовано закономірності організації професійної підготовки й ефективного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а саме:

1. Узгодження освітніх завдань професійної підготовки з особливостями розвитку економіки та запитів ринку праці. Ринок сфери послуг і туризму характеризується такими ознаками як високі темпи розвитку, нестабільність, наявність різноманітних ризиків тощо. Сучасний фахівець для успішної професійної самореалізації в цих умовах має володіти гнучкістю мислення, адаптивністю, креативністю, готовністю і здатністю до ризику тощо. У змісті навчальних дисциплін необхідно передбачити завдання, які стимулюватимуть формування якостей, актуальних для сучасної сфери послуг і туризму та ринку праці загалом.

2. Проектування навчально-методичного забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму з урахуванням сучасних тенденцій організації освітнього процесу в ЗВО, а саме: мобільність, інформатизація, демократизація тощо.

3. Моделювання освітніх траєкторій з урахуванням індивідуальних здібностей і потреб особистості. Оскільки підприємницька культура, як якість особистості може мати різноманітні рівні прояву й узалежнена від характеру, темпераменту та здібностей, в освітньому процесі необхідно використовувати

форми, методи і засоби, які найоптимальніше розвиватимуть підприємницьку культуру кожного студента.

Як відомо, саме педагогічні закономірності забезпечують стабільність, об'єктивність, системність та взаємозв'язок компонентів освітнього процесу, до яких відносимо методологічні підходи, принципи, форми і методи професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти.

У контексті порушеної проблеми доцільно увиразнити галузеві аспекти методології професійної підготовки фахівців сфери послуг і туризму. У науковій літературі наведено декілька векторів розуміння методології педагогіки туризму, а саме:

- загальнометодологічна основа теорії і практики освітнього процесу;
- науковість в педагогіці туризму;
- самостійність, що характеризується специфічною педагогічною дійсністю та предметом дослідної діяльності;
- конкретні методи й особливості їх застосування в професійній підготовці фахівців індустрії туризму;
- діяльність дослідника щодо практичних і пізнавальних проблем, які визначають розвиток теорії та методики професійної підготовки майбутніх фахівців індустрії туризму [234].

Виокремлення методологічних підходів у процесі наукового пошуку передбачає визначення сукупності методів, прийомів та засобів, що «використовуються дослідником для пізнання предмета дослідження за їх певного співвідношення і субординації» [3, с.88]. Методологічні підходи визначають особливості побудови освітнього процесу вищої школи. У професійній підготовці майбутніх фахівців сфери послуг і туризму методологічні підходи повинні забезпечити формування їх професійної компетентності, а в контексті виконаної дисертації – і якості підприємницької культури. Завдяки моделюванню методів, прийомів і засобів, методологічні підходи забезпечують досягнення поставлених цілей на різних рівнях освіти. Отож, методологічною основою виконаного

дослідження визначено особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний і контекстний підходи.

*Особистісно орієнтований підхід* забезпечує спрямованість освітнього процесу на виявлення й удосконалення професійно значущих і особистісних якостей кожного студента, на створення оптимальних умов для їх самореалізації. Засадничі положення особистісно орієнтованого навчання і виховання у вітчизняній науці виокремлюють І.Бех, І.Зязюн, Н.Ничкало, О.Пехота, С.Подмазін, С.Сисоева, І.Якиманська та ін. І.Бех наголошує на універсальності й комплексності особистісно орієнтованого підходу, оскільки його методологія ґрунтується на реалізації та взаємному доповненні низки сучасних парадигмальних підходів, а саме: орієнтує на людину (дитину) як головну цінність і мету виховання (аксіологічний підхід); підтримує і розвиває суб'єктні властивості й індивідуальність дитини (особистісний підхід); породжує у школярів особистісні смисли навчання та життя, вводить їх у світ культури (культурологічний підхід); пробуджує творчий потенціал особистості (діяльнісний підхід); стимулює школярів до самостійного вирішення власних життєвих проблем у нестабільному, невизначеному соціумі (синергетичний підхід) [18].

На основі аналізу наукових розвідок провідних дослідників цього напрямку О.Джура виокремив принципи, які репрезентують особистісно орієнтований підхід в освітньому процесі, серед них: самоцінності особистісного внутрішнього світу і самодостатності особистісного існування; суб'єкт-суб'єктних взаємовідносин; толерантності у взаєминах; зацікавленого ставлення учасників освітнього процесу до діалогу; розуміючої співтворчості, свободою індивідуального вибору [46].

Результати аналізу психолого-педагогічної літератури засвідчили значний інтерес сучасних науковців до шляхів впровадження особистісного орієнтованого підходу в систему вищої освіти. За словами Л.Кнодель, такий підхід зумовлює становлення антропоцентричної моделі навчання й виховання, яка «ґрунтується на розумінні людини як відкритої системи, котра прагне до постійної зміни й оновлення синхронно з навколишнім світом у процесі своєї активної діяльності» [98, с.24–25].

Отож, моделюючи освітній процес в закладі вищої освіти доцільно спиратися на індивідуальні й вікові особливості студентства. У психолого-педагогічній літературі виокремлено психологічні риси, притаманні молоді цього віку, а саме: високий освітній рівень, велике прагнення до знань, висока соціальна активність, гармонійне поєднання інтелектуальної і соціальної зрілості [198, с.53]. Процес навчання, як свідчать дослідники, має бути «спрямовано на особистісний потенціал майбутнього фахівця, на його професійну самореалізацію, неповторність, ініціативність, на розвиток у нього здатності адаптуватись у складних соціальних і професійних умовах» [198, с.48].

Аналіз і узагальнення результатів наукових досліджень з проблем особистісно орієнтованої вищої освіти [18; 46; 69; 98; 158; 198; 249] й урахування специфіки професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму дозволили сформулювати основні положення реалізації особистісно орієнтованого підходу для успішного формування професійної компетентності та якостей підприємницької культури майбутніх фахівців означеного профілю, а саме:

1. Ціннісно-смісловне наповнення змісту навчальних дисциплін та практичної підготовки. Г.Щука стверджує, що формування ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців у закладах вищої освіти відбувається поетапно, а саме: 1) сприйняття й усвідомлення існуючих професійних цінностей у змісті навчальних дисциплін, засвоєння їх особистістю; 2) вибір студентом значимих для нього цінностей і формування на їх основі професійного еталону; 3) перетворення особистості на основі засвоєних цінностей, її самопроекування й самопрогнозування [249, с.253-254]. В основі ціннісного наповнення професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму є загальнолюдські (сталі, незмінні) та професійні (мінливі) цінності. У контексті виконаної дисертації розглядаємо цінності з позиції їх актуальності для становлення і розвитку підприємницької культури фахівців даного профілю.

Аналізуючи сутність підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, ціннісну складову розглядали у єдності базових, матеріальних, духовних, моральних та професійних цінностей. Отож, у зміст навчальних

дисциплін доцільно інтегрувати такі професійні цінності як якісне надання послуг, прибутковість, досягнення успіху, можливості саморозвитку, інноваційне спрямування, готовність до ризику тощо.

2. Цілеспрямоване формування професійно значущих якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. В цьому аспекті спираємося на думку Г.Щуки про те, що реалізація особистісно орієнтованого підходу у вищій школі передбачає набуття не всього спектру особистісних якостей, а лише тих, які є професійно значущими, важливими для розв'язання професійних завдань в майбутньому [249, с.254]. Для фахівців сфери послуг у сучасному суспільстві найбільш актуальними є навички ефективної комунікації (в т.ч. досконале володіння рідною та іноземними мовами), професійна мобільність, толерантність, енергійність, пунктуальність, соціальна й особистісна відповідальність, орієнтація на кар'єрне і професійне зростання, здатність до ризику в умовах невизначеності й нестабільності тощо.

3. Моделювання активних форм, методів і прийомів навчання і виховання, які впливають на формування поведінки й досвіду вирішення завдань майбутньої професійної діяльності, як-от: метод проєктів, SWOT-аналіз, мозковий штурм, ділові ігри тощо. Щодо виховної роботи Н.Кузьменко пропонує її реалізовувати у відповідних формах, які репрезентують цілі особистісно орієнтованого підходу, а саме: індивідуальне консультування викладачами студентів, розробка індивідуалізованих програм професійного становлення і розвитку студента, робота в складі малих груп задля реалізації творчих проєктів, індивідуальна науково-дослідна робота студентів під керівництвом викладачів [114].

4. Диференційований підхід до студентів у процесі формування їх підприємницької культури. Оскільки підприємницька культура є інтегральним особистісним утворенням, освітній процес необхідно проєктувати враховуючи ступінь сформованості підприємницьких якостей особистості і розподіляти завдання відповідно до рівня навчальних можливостей кожного студента, коригуючи їх зміст, обсяг, складність.

Спираючись на результати аналізу психолого-педагогічної літератури, особистісно орієнтований підхід у процесі професійної підготовки визначає стратегію моделювання освітнього процесу в руслі гуманістичних цінностей за трьома напрямками: постановка цілей, оновлення змісту, удосконалення освітніх технологій і методів навчання.

*Компетентнісний підхід* обмежує процес нагромадження нормативно визначених знань, умінь і навичок, однак акцентує увагу на «формуванні і розвитку в майбутніх фахівців здатності практично діяти і творчо застосовувати набуті знання й досвід у різних ситуаціях, що потребує від викладача зміщення акцентів з інформаційної до організаційно-управлінської площини» [237, с.234]. Компетентнісний підхід в сучасній освіті є одним з основоположних. Однак Н.Ашиток з цього приводу зауважує, що: «відзначаючи можливість використання компетентнісного підходу в якості методологічної основи вищої професійної освіти, необхідно враховувати інтегрований принцип. Компетентнісний підхід в освіті доцільно використовувати у поєднанні з іншими підходами, близькими за змістом та здатними його доповнювати у методологічному плані» [8, с.14].

У контексті вищої освіти цей підхід спрямований на продовження формування ключових компетентностей особистості, однак акцентує увагу на становленні професійних. А.Віндюк виокремлює також супутній результат, а саме – компетентність в повсякденному особистому житті, засвоєння нових поведінкових моделей, відповідальність в ситуаціях професійної діяльності та інших сферах життя [35, с.42].

Пріоритет компетентнісного підходу задекларовано у Законах України «Про вищу освіту», «Про освіту», державних стандартах освіти та інших нормативних документах. Посилення уваги науковців до проблем теорії і практики реалізації компетентнісного підходу в освітньому процесі вищої школи пояснюється тим, що саме компетентність відповідно до Закону «Про вищу освіту» «...визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [184].

Окрім принципів організації освітнього процесу, компетентнісний підхід передбачає конкретизацію результативної складової підготовки фахівців різних галузей у закладах вищої освіти, яка визначається нормативними документами Міністерства освіти і науки України. В руслі порушеної проблеми увагу зосередили на стандарти вищої освіти за спеціальностями «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа», оскільки саме ці документи містять уніфікований перелік компетентностей, якими мають оволодіти випускники означених напрямів та нормативні результати навчання «у когнітивній (пізнавальній), афективній (емоційній) та психомоторній сферах, які виражають знання, уміння та навички, якими має опанувати студент в процесі успішного завершення освітньої програми задля подальшої успішної діяльності у сфері туризму і рекреації. Вони узгоджені між собою та відповідають дескрипторам Національної рамки кваліфікацій» [216, с.13].

У Стандарті вищої освіти України за першим (бакалаврським) рівнем освіти галузі 24 – «Сфера обслуговування», спеціальності 242 – «Туризм» до переліку компетентностей віднесено загальні, спеціальні (фахові, предметні) та інтегральну компетентність – «здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов» [216, с.6-7].

Для спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» в 2020 році осучаснено стандарт з теоретичним змістом предметної області: готельна справа, ресторанна справа, технології продукції ресторанного господарства, інформаційні системи та технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу, економіка готелів і ресторанів, маркетинг, принципи проектування підприємств (закладів) готельного та ресторанного господарства, правове регулювання та забезпечення безпеки споживачів готельних та ресторанных послуг, устаткування підприємств готельного та ресторанного господарства. Напрямок 241 «Готельно-ресторанна справа» впроваджений в різні освітньо-професійні програми. Наприклад, колектив



авторів Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова у 2016 році розробив проект стандарту для даної спеціальності, однак галузь знань визначена як 01 «Освіта/Педагогіка», а спеціальність «Професійна освіта (за спеціалізаціями)» [188]. Також в рамках спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» (галузі 02 «Культура і мистецтво») введено освітньо-професійні програми «Готельно-ресторанна справа» та «Туризм» з наповненням змісту дисциплін, завдання яких формування професійних компетентностей у майбутніх менеджерів для середовища індустрії гостинності [129].

У руслі компетентнісного підходу, на противагу традиційному, окрім результативної складової потребують оновлення зміст, форми, методи і прийоми освітніх програм, які орієнтуються на формування професійної компетентності майбутнього фахівця сфери послуг і туризму і комплексно впливають на становлення особистості.

*Діяльнісний підхід* в освітньому процесі закладів вищої освіти є одним з основних, оскільки вся система професійної підготовки має розвивати професійно значущі якості, забезпечити готовність майбутніх фахівців послуг та туризму до виконання професійних функцій, розв'язання відповідних завдань.

У науковій літературі діяльність людини розглядається «в загальному значенні як динамічна система взаємодії людини із зовнішнім середовищем, а також у вузькому, конкретному – як специфічна професійна, наукова, навчальна тощо форма активності людини, у якій вона досягає свідомо поставлених цілей, що формуються внаслідок виникнення певних потреб» [65, с.59]. Впровадження діяльнісного підходу в освітній процес забезпечує єдність і взаємообумовленість свідомості і діяльності особистості.

Як свідчать результати психологічних досліджень, «залучення суб'єкта до діяльності приводить до об'єднання численних і різних за складністю її компонентів у функціональну психологічну систему діяльності. При цьому індивідуальні якості, з яких складається остання, під впливом вимог діяльності розвиваються, набуваючи рис оперативності та пристосованості до цих вимог» [222, с.143]. Отож, у процесі професійної підготовки в майбутніх фахівців сфери

послуг і туризму формуються ті аспекти свідомості й психічних процесів, які будуть необхідними для розв'язання професійних завдань і, водночас, саме ці аспекти стають регуляторами виконання особистістю професійних функцій. Зауважимо, що таким чином професійно значущі аспекти свідомості й психічних процесів розвиваються й удосконалюються.

У сучасних дослідженнях виокремлено особливості діяльнісного підходу, а саме студентоцентроване освітнє середовище:

- переважання самостійної пізнавальної діяльності студентів;
- урахування побажань студентів при виборі завдань;
- використання відкритих і закритих навчальних завдань;
- використання діяльнісно-орієнтованих навчально-професійних ситуацій;
- використання методів нестачі або надлишку інформації для вироблення навичок роботи в умовах невизначеності умов;
- використання групових та індивідуальних форм навчальної діяльності;
- надання студентам можливості створювати власний інтелектуальний продукт (спосіб вирішення проблеми);
- заохочення новаторства і творчості [170, с.63].

У змісті вищої освіти діяльнісний підхід зміщує акценти з процесу накопичення знань на формуванні умінь і навичок їх використання під час вирішення професійних та особистісних завдань. Таким чином, діяльнісний підхід у системі професійної підготовки реалізовується під час організації різних видів практик та залучення студентів до активних форм освітньої діяльності на аудиторних заняття.

*Контекстний підхід* «передбачає моделювання та організацію освітнього процесу за допомогою комплексу дидактичних форм, методів і засобів предметного та соціального змісту майбутньої професійної діяльності студентів» [222, с.145]. В умовах контекстного навчання забезпечується загальна професійна спрямованість освітнього процесу. Автор контекстного підходу у вищій освіті А.Вербицький виокремлює принципи такого навчання, а саме:

- психолого-педагогічного забезпечення особистісного включення студента в навчальну діяльність;
- послідовного моделювання в процесі навчання цілісного змісту, форм і умов його майбутньої професійної діяльності;
- проблемності змісту і процесу навчання, відповідності форм організації навчальної діяльності цілям і змісту;
- провідної ролі спільної діяльності, міжособистісної взаємодії і діалогічного спілкування учасників освітнього процесу;
- педагогічно обумовленого поєднання інноваційних та традиційних педагогічних технологій;
- принцип відкритості – використання в освітньому процесі контекстного типу методів і технологій, які пропонують інші методологічні теорії та підходи;
- єдності навчання і виховання особистості професіонала [33, с.46].

Впровадження контекстного підходу в процес професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму сприяє досягненню таких результатів:

- забезпечення взаємозв'язку освітньої та професійної діяльності шляхом послідовного впровадження в зміст навчальних дисциплін професійно значущих компонентів;
- посилення пізнавальної активності та професійної мотивації, що стимулює внутрішнє прагнення студентів до удосконалення в даному напрямі;
- формування ціннісного ставлення студентів до обраної професії, розуміння її соціальної й особистісної значущості.

Таким чином, зберігається взаємозв'язок і взаємодоповнюваність перелічених методологічних підходів, а також забезпечується досягнення стратегічних цілей професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Виокремлені закономірності та методологічні підходи зумовили конкретизацію принципів такої організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, яка б сприяла формуванню їх професійної компетентності загалом і підприємницької культури, зокрема.

У тлумаченні поняття «принципи» немає значних розбіжностей: принципи – це «вихідні положення якої-небудь галузі науки» [102, с.9]; «те, що лежить в основі певної теорії, вчення, науки, світогляду тощо» [223, с.720]; «важливі вимоги, яких потрібно дотримувати в процесі наукового пізнання, завдяки чому досягається певна спрямованість його руху до істини» [3, с.91]. Принципи допомагають систематизувати знання, теорії, гіпотези, дефініції, ідеї, окреслити шляхи досягнення поставленої мети та тактику вирішення поставлених завдань.

Принципи організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму доцільно розглядати у двох вимірах, а саме:

1) Загальні принципи – мають універсальний характер, визначають стратегію наукового пошуку, обумовлюються закономірностями організації освітнього процесу у вищій школі, спрямовані на формування професійної компетентності фахівців сфери послуг і туризму загалом. Досліджуючи теорію і практику вищої туристської освіти, Л.Кнодель обґрунтовує основні принципи навчання у закладах вищої освіти, як-от: науковість, проблемність, системність, єдність теорії і практики, послідовність, індивідуалізація і професійна зацікавленість у навчанні, формування пізнавальних, оцінювальних і практичних дій [98, с.25]. Аналіз наукової літератури [3; 15; 28; 37; 102] засвідчив неоднозначність підходів до виокремлення загальних принципів організації навчання у закладах вищої освіти. Систематизація результатів досліджень дозволила виокремити такі загальні принципи як науковості, природовідповідності, єдності теорії і практики, системності.

2) Спеціальні принципи – обумовлені особливостями формування якостей підприємницької культури майбутніх фахівців з урахуванням економічної й соціальної специфіки сфери послуг і туризму. Як відомо, виокремлення спеціальних принципів пов'язане з необхідністю раціонального розв'язання окремої проблеми. До спеціальних відносимо принципи, які виокремлено у контексті перелічених методологічних підходів на основі результатів аналізу сучасних публікацій [8; 33; 34; 35; 46; 98; 170; 222] та урахування специфіки

формування якостей підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі закладів вищої освіти. А саме:

- особистісно орієнтований підхід – самоцінності і самодостатності особистості, суб'єкт-суб'єктних взаємовідносин, толерантності у взаєминах, співтворчості, свобода індивідуального вибору тощо;
- компетентнісний підхід – діагностичності, професійно-творчої спрямованості та інші;
- діяльнісний підхід – стимулювання самостійної пізнавальної діяльності, варіативність форм організації навчальної діяльності, заохочення новаторства і творчості та інші;
- контекстний підхід – послідовного моделювання в процесі навчання умов, змісту і ситуацій майбутньої професійної діяльності, проблемності змісту і процесу навчання, відкритості тощо.

Таким чином, виокремлені закономірності, методологічні підходи та принципи становлять основу для розробки педагогічних умов, добору технологій, методів і прийомів для успішного формування компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі вищої школи.

### **1.3 . Підприємницька культура у контексті особистісно-професійних якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: критерії, показники, рівні сформованості**

Професійна підготовка фахівців спеціальностей 241 – «Готельно-ресторанна справа» і 242 – «Туризм» в Україні здійснюється відповідно до світових стандартів, а в дослідженні Л.Кнодель виокремлено підсистеми такої освіти, як-от: допрофесійна підготовка (допрофесійне навчання, професійне самовизначення), різнорівневе професійне навчання в закладах вищої освіти (відповідно до освітніх рівнів бакалавра, магістра, доктора філософії), післядипломна освіта (підвищення

кваліфікації, самоосвіта, перекваліфікація, оволодіння додатковими спеціалізаціями тощо) [98, с.8].

Професійну підготовку фахівців за напрямками «Готельно-ресторанна справа» та «Туризм» в Україні здійснюють понад сто закладів вищої освіти III-IV рівнів акредитації та понад сто п'ятдесят закладів I – II рівнів акредитації (коледжі, професійні ліцеї, вищі професійні училища, технікуми тощо). В Івано-франківській області такі напрями підготовки забезпечують три університети та сім закладів освіти I – II рівня акредитації, що свідчить про розгалужену систему професійної підготовки фахівців означених напрямів та забезпечує високий рівень конкуренції як на ринку освітніх послуг, так і на ринку праці означеної сфери.

Закон України «Про вищу освіту» передбачає підготовку фахівців з вищою освітою за відповідними освітніми чи науковими програмами на таких рівнях вищої освіти: початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти, перший (бакалаврський), другий (магістерський), третій (освітньо-науковий / освітньо-творчий) та науковий рівні [184]. У руслі порушеної проблеми зосередили увагу на визначенні сутності і структури підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, які здобували освітній рівень бакалавра за спеціальностями «Готельно-ресторанна справа» та «Туризм». Поняття «підприємницька культура» доцільно розглядати через призму професійної компетентності фахівців сфери послуг і туризму, оскільки її зміст включає усі знання, уміння, навички, цінності, якості, здібності та здатності, необхідні для успішного виконання професійних завдань.

Аналіз сучасного стану розвитку індустрії гостинності в Україні свідчить, що існують певні протиріччя між специфікою професійної діяльності, запитами суспільства та рівнем готовності фахівців.

Державне регулювання і стандартизація економічної діяльності в даному напрямі здійснюється у відповідності до вимог Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД) [95]. Аналіз документа засвідчив, що до даного напрямку відносять такі види як «79. Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність»,

«55. Тимчасове розміщення», «56. Діяльність із забезпечення стравами і напоями».

У науковій літературі з економіки туризму наведено широкий перелік суб'єктів, які залучені до індустрії гостинності, а саме:

- виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку і спорту, лікувально-оздоровчі установи, об'єкти турвідвідувань тощо);
- туристичні оператори (підприємства, які формують і продають туристичний продукт переважно оптом посередникам);
- туристичні агенти – продавці туристичного продукту або окремих послуг безпосередньо туристам (споживачам);
- спеціалізовані об'єкти підприємництва, що надають послуги з розміщення споживачів сфери послуг і туризму (готелі, пансіонати, мотелі, санаторії тощо);
- підприємства харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні, буфети тощо);
- підприємства транспорту (авіаційного, автомобільного, залізничного, річкового, морського);
- торгівельні підприємства, що спеціалізуються на реалізації товарів для туристів;
- підприємства та установи сфери дозвілля й культурні заклади;
- об'єкти туристичних відвідувань;
- рекламно-інформаційні підприємства (рекламні агентства, бюро, інформаційно-туристичні центри, система інтернет тощо) [54]

Відповідно до Класифікатора професій виокремлюють такі назви професій у сфері послуг і туризму: професіонали в галузі туризму, готельної, ресторанної та санаторно-курортної справи, наукові співробітники (туризмологія, екскурсознавство), туризмознавці, агенти з туризму, менеджер (управитель) з туризму, інструктор-методист з туризму, фахівець з розвитку сільського туризму та інші [95].

У довідковій літературі визначено професійні назви робіт у сфері послуг і туризму, які поділяються на керівників, професіоналів, фахівців, технічних службовців, робітників. Наприклад, у сфері готельного господарства

виокремлюють *керівників* (керуючий готельним господарством; завідувач корпусу готелю; завідувач поверху готелю; завідувач філіалу (філії) готелю; завідувач номерного фонду готелю (туристичного комплексу та ін.)), *професіоналів* (фахівець з гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси тощо), фахівець з готельної справи), *фахівці* (організатор туристичної і готельної діяльності; фахівець з готельного обслуговування), *технічні службовці* (оператор автоматизованого розрахунку у готелі; ресепшійніст), *робітники* (консьєрж готельного комплексу; стюард (готелі та інші місця розміщення), черговий по поверху (готелю, кемпінгу, пансіонату), майстер готельного обслуговування, портьє; покоївка, швейцар) [96, с.29–30].

Кваліфікаційні вимоги до перелічених спеціальностей передбачають визначення освітнього рівня претендента на посаду та показники стажу роботи. Також чітко окреслено завдання та обов'язки, які має виконувати працівник на тій чи іншій посаді. Наприклад, керуючий готельним господарством, поміж іншого, «здійснює організацію та управління готелем в умовах ринкової економіки; установлює ділові зв'язки з партнерами й потенційними клієнтами; уживає заходів щодо підвищення популярності готелю; складає бізнес-план і контролю його виконання; контролює фінансові операції, ведення облікової та звітної документації у готелі; організовує обслуговування осіб, які проживають у готелі та їх відпочинок з урахуванням міжнародних стандартів тощо» [96, с.31].

У дисертації А.Казьмерчук представлено функції менеджера в різних галузях, як-от: організація і планування власної діяльності і роботи колективу; розподіл професійних завдань і контроль за їх виконанням, ведення переговорів тощо [87, с.28]. На основі зазначеного дослідниця пропонує широке розуміння професії «менеджер туризму», а саме: «це фахівець сфери туризму, який виконує всі необхідні процедури з метою забезпечення комфортних умов відпочинку клієнта. У вузькому розумінні до посадових обов'язків майбутнього менеджера туризму належать: міжкультурні контакти з туристичними агенціями; маркетинг ринку послуг, в процесі якого фахівець знаходить вигідні за оплатою, термінами та якістю роботи фірми; взаємодія та партнерство з авіакомпаніями, страховими агентами,



стороною що приймає туристів. Менеджер туризму постійно взаємодіє з клієнтом (бронює авіаквитки, готель та ін.)» [87, с.29].

Означене свідчить про високий рівень вимог щодо кваліфікації, професійної компетентності та особистісної готовності до здійснення функцій відповідно до посади, а відтак – і рівня професійної підготовки в закладах вищої освіти.

Систематизація й узагальнення результатів аналізу законів, нормативних документів та наукових розвідок [95; 96; 182; 184; 185; 212] дозволили розробити таблицю, в якій представлено співвідношення рівнів освіти, вимог Національної рамки кваліфікацій та професійних назв робіт у сфері послуг та туризму ( ).

Задля окреслення якостей, якими має володіти висококваліфікований фахівець сфери послуг і туризму, доцільно визначити особливості цього напрямку господарства, а також принципи та функції підприємницької діяльності в індустрії гостинності.

Комплексне дослідження економічних аспектів сфери послуг здійснено Л.Співак. Дослідниця визначає поняття «послуга» як результат корисної економічної діяльності людей, що не набуває матеріально-речової форми і задовольняє певні потреби людей [207, с.9]. Порівнюючи ринок послуг з іншими сегментами господарства, Л.Співак виокремила його загальні особливості, а саме:

- висока швидкість обороту капіталу;
- територіальна сегментація і локальність;
- висока диференційованість продукту в одній і тій же галузі;
- індивідуальність і нестандартність наданих послуг і технологій в індустрії гостинності;

- висока невизначеність результату при наданні послуг, наявність асиметрії маркетингової інформації;

- висока чуттєвість до ринкової кон'юнктури в зв'язку з неможливістю транспортувати та накопичувати послуги, особливостями самого процесу надання послуг, що зумовлений особистим контактом виробника та споживача [207, с.17].

Загальні принципи підприємницької діяльності містяться у Господарському кодексі України і наведені у підрозділі 1.1. У руслі порушеної проблеми доцільно

виокремити принципи підприємницької діяльності, притаманні туристичному бізнесу та сфері послуг [54; 33; 34]. У науковій літературі до цієї групи відносять такі принципи:

- самостійне здійснення зовнішньо-економічної діяльності при дотриманні законодавства;
- свободи вибору виду діяльності;
- формування на добровільних засадах ресурсного потенціалу;
- використання чистого прибутку за своїм розсудом;
- розробка бізнес-плану (програми) туристичної діяльності на засадах логістики;
- виконання податкових зобов'язань і сплата податкових зборів;
- вільне наймання працівників при чіткому дотриманні їхніх прав на оплату праці і відпочинок;
- маркетингові підходи до формування потоків туристів, комплектування й реалізації турпродукту [54].

Теоретичний аналіз проблеми передбачає виокремлення функцій підприємництва у сфері послуг і туризму, які визначають напрями підприємницької діяльності індустрії гостинності. У дослідженнях, присвячених загальним питанням організації підприємництва в індустрії гостинності [34; 54; 230], виокремлюють такі функції:

- організація маркетингу і реклами з метою визначення місткості ринку вироблюваних і запроєктованих до впровадження послуг у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі;
- упровадження інновацій у виробництво туристичних та готельно-ресторанних послуг і формування відповідного продукту (пакета послуг);
- формування ефективної системи забезпечення туристичної діяльності та дотичної сфери послуг необхідними ресурсами;
- просування на ринок (збут) розробленого продукту [54].

Як свідчать результати аналізу сучасних досліджень, успіх у професійній діяльності забезпечує комплекс характеристик особистості, які необхідно

враховувати розробляючи теоретичні та практичні поради для удосконалення процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму [35; 66; 67; 68; 135; 182; 192; 247].

Виникає потреба аналізу професіограм фахівців означеного напрямку. У науковій літературі використовуються два суміжні поняття професіограма і психограма [87; 112; 135; 192]. Професіограму розуміють як «науково обґрунтовані норми і вимоги професії до якостей особистості фахівця, що дозволяють йому ефективно виконувати ці вимоги», а психограма – це частина професіограми, яка дає опис психологічної діяльності людини та її якостей [135, с.132].

За результатами аналізу наукової літератури визначено, що науковці пропонують різні підходи до структурування професіограм. У посібнику О.Романової професіограми містять такі компоненти: назва професії, домінуючий спосіб мислення, область базових знань та їх рівень, професіональна галузь, міжособистісна взаємодія, домінуючий інтерес, додатковий інтерес, умови діяльності. Дослідниця детально перелічує домінуючі види діяльності, якості, які забезпечують успішність професійної діяльності та блокують її ефективність, галузі застосування професійних знань, історія професії, профільні навчальні заклади [192]. О.Мазлахов пропонує розробку професіограм здійснювати за такою схемою: загальні вимоги до професії (предмет праці, засоби, інструменти, назва і зміст роботи тощо), організація праці (виробничий процес, вимоги до документації, критерії оцінки результатів праці, рівень кооперації праці та ін.), техніка безпеки (умови виконання, інтенсивність праці) та мотивація (користь професійної діяльності для працівника) тощо [135, с.135–137].

А.Віндюк зазначає, що професіограма фахівця готельно-ресторанної справи має складатися з трьох основних комплексів, а саме: загальногромадянські риси, риси, що визначають специфіку професії, спеціальні знання, уміння і навички зі спеціальності [35, с.39].

У дослідженні Л.Криницької професіограму підприємців сфери послуг, компонентами якої визначено індивідуально-психологічні якості, ділова

спрямованість, професійно-практична компетентність із предмета підприємницької діяльності й управлінська компетентність [112, с.12].

У контексті досліджуваної проблеми здійснено порівняльний аналіз змісту професіограм фахівців готельно-ресторанного господарства та туристичної індустрії. За посібником О.Романової визначено, що для менеджерів туризму та менеджерів готельного господарства спільними є інтереси: домінуючий (підприємницький) і додатковий (соціальний). Відрізняються домінуючі види діяльності, оскільки вони обумовлюються безпосередніми функціональними обов'язками працівників. Зауважимо, що наведено низку спільних якостей, які забезпечують успішне виконання професійної діяльності в даних галузях, а саме: здібності (комунікативні, вербальні, ораторські, організаторські, уміння слухати, здатність керувати собою, здатність вирішувати проблемні ситуації тощо) і якості (креативність, енергійність, ерудованість, артистизм, терпимість, гнучкість, тактовність, впевненість у собі і прийнятих рішеннях) [192, с.203–212]. Наведені дані переконують у тому, що професійно значущі якості, необхідні для успішної професійної діяльності менеджерів готельного господарства і туристичної індустрії, є майже ідентичними, тому стратегія їх формування під час здобуття професійної освіти буде мати багато спільних рис. Окрім того, підприємництво в обидвох випадках є домінуючим інтересом, що підтверджує необхідність формування підприємницької культури студентів, які навчаються за спеціальностями галузі «Сфера обслуговування»: «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа».

Виокремлення професійно значущих якостей фахівців для реалізації підприємницької діяльності у сфері послуг та туризму ґрунтується на нормах і вимогах до їх професійної діяльності загалом, урахування специфіки індустрії гостинності, особливостей організації праці, а також особистої мотивації працівника.

Розглянемо деякі підходи до розв'язання означеної проблеми в науковій літературі, присвяченій особливостям професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму і специфіці формування їх підприємницької культури.

Психологічний аналіз порушеної проблеми здійснено в дисертації О.Приймук. У руслі вивчення психологічних умов формування професійних якостей здобувачів вищої освіти дослідниця виокремлює основні характеристики, які забезпечують успіх професійної діяльності в різних галузях, як-от:

- професійна мотивація як спонукальна і спрямовуюча активність особистості на задоволення не тільки біологічних потреб, але і, насамперед, потреби в праці, пізнанні, спілкуванні, самоствердженні, самореалізації, самовдосконаленні;

- загальна і професійна підготовленість у формі попередніх (для освоєння професії) і кваліфікаційних (з урахуванням рівня професіоналізації) знань, навичок, умінь і компетентностей, необхідних для виконання типових і позаштатних завдань;

- рівень функціональної готовності і резервів організму до трудової діяльності, розвиток професійно-важливих психофізіологічних функцій аналізаторів і фізичних якостей (сила, швидкість, витривалість, спритність);

- стан індивідуально-психологічних функцій людини і насамперед професійно-важливих якостей до конкретної діяльності, що характеризують пізнавальні процеси і психомоторику, темпераментальні, характерологічні й емоційно-вольові характеристики особистості [182, с.32].

Для систематизації особистісних якостей в психолого-педагогічній літературі використовують результати досліджень Е.Зеєра. Учений розробив концептуальну модель, яка містить підструктури особистості, характерні для фахівців різних галузей, а саме: професійна спрямованість, професійна компетентність, професійно важливі якості та професійно значущі психофізіологічні властивості [66, с.23-24]. Важливою особливістю є те, що в процесі професійного становлення зміст підструктур змінюється, відбувається інтеграція компонентів всередині кожної з них і утворення ключових кваліфікацій, які й забезпечують конкурентоздатність, професійну мобільність, продуктивність професійної діяльності, сприяють професійному зростанню, підвищенню кваліфікації та розвитку кар'єри [66, с.26]. О.Малхазов також використовує поняття професійно важливі якості та здібності й

розуміє їх як інтегральні психологічні та психофізіологічні утворення, які в процесі конкретної професійної діяльності формуються в спеціальні (професійні) здібності [135, с.138].

Науковий інтерес для нашого дослідження становлять підходи учених до проблеми систематизації підприємницьких якостей, які визначають успішність діяльності у сфері послуг і туризму.

Під поняттям «підприємець» в сучасній науці розуміють людину, яка «бере на себе ризик організації нового підприємства або розробки нової ідеї, нової продукції чи нового виду послуг, пропонованих суспільству» [63, с.229–230]; «здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, спрямовану на виробництво товарів та надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу і передбачає здійснення нововведень» [30, с.46]. В економічній та педагогічній літературі [30; 41; 103; 123; 133; 139; 164; 190; 230] наведено перелік універсальних якостей, які мають бути притаманні підприємцям у різних галузях господарства, як-от: психологічна готовність до певних дій, розвинута емоційно-вольова саморегуляція (стійкість до фізичних і психологічних навантажень), інноваційна спрямованість, творчі схильності, настанова на успіх, організаторський потенціал, надійність, висока особиста відповідальність, здатність переконувати, здатність діяти в умовах невизначеності, готовність ризикувати, рішучість, лідерські здібності, уміння налагоджувати зв'язки, схильність домовлятися для розв'язання завдань, уміння продавати.

Г.Матукова поділяє підприємницькі якості на два типи, а саме:

- загальні особистісні якості: комунікабельність, працездатність, наполегливість, моральність, креативність, активність, організованість, самовладання, спостережливість, ініціативність, самостійність, цілеспрямованість;

- специфічні особистісні якості: організаторське чуття (практичний розум, психологічний такт, загальний рівень розвитку), здатність до емоційно-вольового впливу (суспільна енергійність, вимогливість, критичність), схильність до організаторської діяльності [136].

У площині досліджуваної проблеми науковий інтерес становлять висновки А.Путінцева про основні елементи та складові механізму оцінки професійності підприємця:

- соціально обумовлені риси (цілеспрямованість, морально-етичні якості, ставлення до роботи, мотивації праці);
- ознаки кваліфікації (знання, навички, вміння та звички, отримані підприємцем у процесі навчання та роботи);
- психологічні особливості особи-підприємця (пам'ять, воля, почуття, відчуття тощо);
- сукупність органічних рис (тип нервової системи, темперамент, характер, емоційно-вольова сфера, здібності) [190, с.167].

У контексті дослідження проблеми виокремлення компонентів підприємництва в умовах інноваційної економіки Г.Шайхутдінова виокремлює характерні риси підприємця, як-от: внутрішній контроль (переконаність особистості в тому, що майбутнє в її руках), енергійність (високий рівень працездатності), потреба у досягненнях (здатність ставити адекватні цілі та відповідні їм особистісні завдання), впевненість у собі (рішучість, цілеспрямованість), усвідомлення часової обмеженості, толерантність до невизначеності [242, с.13–14]. І.Гой та Т.Смелянська пропонують оцінювати здатність людини до підприємництва за такими якостями як ініціатива, ставлення до інших, лідерство, відповідальність, організаторські здібності, рішучість та наполегливість [41, с.263].

Л.Пілецька систематизує комплекс бажаних (або необхідних) вимог до організації особистісних рис підприємця і розглядає їх у двох площинах: особистісні та ділові якості. До особистісних якостей дослідниця відносить активність, адаптивність, сміливість, кмітливість, винахідливість, ініціативність, вольові якості і віра в успіх справи, стресостійкість, вміння контактувати з людьми та ін. Значущими діловими якостями, на думку Л.Пілецької, є працездатність, наполегливість, систематичне планування, новаторство, орієнтація на ефективність виробництва, вміння організувати спільну продуктивну діяльність тощо [178, с.

54]. Однак, за твердженням дослідниці, успіх підприємницької діяльності забезпечують не лише психологічні чинники, а й низка ситуативних обставин. Вважаємо такий підхід актуальним і для сфери послуг і туризму, оскільки галузь постійно розвивається, удосконалюється. До ситуативних обставин відносяться везіння (сприятливий розвиток подій), володіння необхідною інформацією, конкурентоздатність послуг, продукції, наявність необхідних зав'язків, знайомств, достатніх матеріальних і фінансових ресурсів, соціально-психологічне благополуччя споживачів послуг [178, с.55].

Така різноманітність підходів до систематизації особистісних якостей, виокремлення чинників, які впливають на успіх підприємництва, обумовлена видами діяльності, які виконує підприємець в умовах сучасної ринкової економіки, а саме:

- соціальна (забезпечення соціального захисту власних інтересів та співробітників);
- комунікативна (налагодження ділових зав'язків, пошук власної справи і її ефективне ведення);
- пошукова (пошук інформації, необхідної для вирішення професійних завдань і отримання прибутку);
- реконструктивна (аналіз накопиченої інформації для виявлення перспективних шляхів досягнення успіху в підприємстві);
- організаційна (самоорганізація, управління й організація діяльності колективу);
- нормативна (ведення ділової документації (статут, акти, угоди тощо), організація підприємницької діяльності відповідно до норм законодавства) [123].

Оскільки сучасна система сфери послуг і туризму зосереджена переважно у приватній формі власності, підприємницькі якості фахівців є необхідною умовою їх успішної діяльності й професійної самореалізації, а також ефективного функціонування закладів індустрії гостинності та пов'язаної з ними сфери послуг. Аналіз наукової літератури засвідчив, що низка авторів [68; 182; 230; 234] наводять власне розуміння моделі фахівця туристичної галузі та сфери послуг, пропонують



перелік якостей, якими має володіти особистість, що успішно здійснювати професійну діяльність даного напрямку. Наведемо деякі підходи до означеної проблеми в сучасних наукових розвідках і визначимо, як автори визначають місце підприємницької культури в системі професійно значущих якостей фахівців сфери послуг і туризму.

О.Приймук з'ясувала, що до переліку ключових вимог менеджерів ресторанного господарства зарубіжні науковці відносять управлінські якості (послідовність, відповідальність і відданість колективові), загальноосвітній рівень (критичне мислення, інноваційний підхід до діяльності, креативність, інформаційно-технологічна обізнаність), професіоналізм (компетентність, лідерство, прагматизм, відповідність посаді, пунктуальність, робота в команді, партнерство), етичний компонент (чесність, правдивість, автентичність); особистісні якості (скромність, ініціативність, рефлексивність, гнучкість) [182, с.67]. Відтак з підприємницькою культурою пов'язаний зміст таких якостей, як креативність, лідерство, партнерство, відповідальність, етичні якості тощо.

В.Зінченко пропонує модель фахівця туризму та готельної справи і класифікує її складові на дві групи особистісних якостей, а саме: узагальнені, які є важливими для випускників будь-яких навчальних закладів та спеціальні – властиві спеціалісту конкретної професії та відповідного освітнього рівня [68, с.253].

Особистісну компетентність учений розглядає як сукупність аксіологічної, персональної, інформаційної, екологічної та валеологічної складових, а професійна (у сфері послуг і туризму) містить соціальну, комунікативну, організаційну, пошуково-реконструктивну, анімаційну, аутокомпетентність. До професійно важливих якостей В.Зінченко відносить пам'ять, творче мислення, організованість, зібраність, акуратність, пунктуальність, емоційну стійкість, допитливість, спостережливість, уважність, відкритість, контактність. Загальні психофізіологічні властивості представлені рефлексивністю, гнучкістю, абстрагуванням, а спеціальні – вербалізація, емоційна стабільність [68, с.255].

Суголосними з переліченими науковими розвідками є твердження Н.Бахмат про те, що на сучасному етапі суспільного розвитку найбільш затребуваними

якостями менеджера індустрії гостинності є такі: готовність до постійної самоосвіти, креативність, вміння вести діалог і співпрацювати з партнерами по взаємодії, дотримуючись норм культурної та ділової етики [15, с.16-17]. Водночас дослідниця виокремлює інформаційно-аналітичну компетентність, яка відіграє особливу роль у фаховій підготовці здобувачів індустрії гостинності, оскільки забезпечує їх готовність до роботи з іноземними гостями, поглиблює міжнародну співпрацю.

Докладний аналіз проблеми професійної підготовки фахівців з туризмознавства здійснила Л.Безкоровайна. У дисертаційній роботі дослідниця виокремлює дві групи якостей майбутніх фахівців індустрії гостинності, а саме: професійні та особистісні. До професійних якостей віднесено професійну спрямованість, мотивацію до саморозвитку й підвищення власної професійної кваліфікації, навички роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями, навички командної роботи, вміння розробляти, просувати, реалізовувати туристичний продукт, володіння сучасними методами управління, вміння працювати з клієнтами і партнерами туристичної індустрії. Особистісними є такі якості як самостійність, організованість, активність, творчість, відповідальність, полікультурність [16, с.328-329].

За результатами контент-аналізу Т.Сокол класифікувала основні професіографічні якості фахівця туристичного менеджменту, а саме: професійно-значимі (відповідальність, діловитість, креативність) та професійно-спрямовані (толерантність, контактність, комунікабельність, загальна ерудиція). Загальноособистісними якостями названо чесність, порядність, висока моральність, а спеціальними – тактовність, чуйність, доброзичливість [208, с.7].

Тема дисертації М.Ткаченка [230] найбільш дотична до виконаної дисертаційної роботи, оскільки автор досліджує проблему формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців ресторанного господарства у сучасних професійно-технічних навчальних закладах. Низку якостей підприємницької діяльності М.Ткаченко акумулює у змісті компонентів поняття «підприємницька компетентність», як-от: мотиваційно-ціннісний, знаннево-

змістовий, особистісно-рефлексивний, особистісно-діяльнісний [230, с.80]. Наприклад, у зміст особистісно-рефлексивного компоненту вміщено такі індивідуально-особистісні якості «як поєднання різних структурно-функціональних компонентів психіки, що виявляються в поведінці під час виконання підприємницької праці й зокрема аналізу ситуацій підприємництва, визначення ризиків, оцінювання конкретних бізнес-проектів, здійснення дослідницько-пошукової діяльності в галузі підприємництва, а також набутий досвід підприємницької діяльності» [230, с.87]. До таких якостей автор відносить ініціативність, гнучкість, самоорганізованість, лідерство тощо.

Наявні напрацювання свідчать про актуальність та багатоаспектність проблеми виокремлення ключових підприємницьких якостей і особливості їх репрезентації у змісті підприємницької культури особистості. Задля систематизації наведених положень визначимо змістову сутність компонентів підприємницької культури в наукових дослідженнях.

На думку М.Нюшенкової, «культура» є універсальною характеристикою професійної діяльності, визначає її спрямованість, ціннісні й типологічні особливості, результати, найбільш пріоритетні види діяльності і досвід їх реалізації в певних умовах [163, с.18]. Компонентами підприємницької культури визначено аксіологічний, технологічний та особистісно-творчий, які реалізуються у змісті базових елементів, як-от: знання професійної сфери і специфіки її функціонування, розуміння інформаційно-професійної сутності завдань, які вирішуються на практиці (управлінські, підприємницькі, комунікативні), інтелектуальні засоби пізнання (володіння методиками, технологіями, сформованість здібностей та компетентностей) [163, с.19-20].

У дисертації В.Банькіної представлено структуру підприємницької культури у поєднанні чотирьох компонентів, а саме: мотиваційно-вольовий (мотиви, цілі, потреби, ціннісні установки, інтерес до професії тощо); економічний (знання про закони ринку, професіоналізм, орієнтація на перспективу); соціальний (уміння вибудовувати конструктивні відносини з різними державними і приватними

структурами, партнерами і конкурентами); етичний (людська гідність, бажання отримати прибуток законним шляхом, здатність до благодійництва) [10, с.15].

Системний педагогічний підхід для виокремлення компонентів підприємницької культури майбутніх дизайнерів використовує М.Пічкур і представляє дану категорію у сукупності чотирьох базових підструктур, а саме: концептуальна (підґрунтя, цінності, закономірності, принципи), нормативна (цілі, програми, критерії, стандарти), технологічна (засоби, умови, способи), процесуальна (завдання, дії, результати, оцінки) [179].

О.Федоров аналізує особистісний вияв підприємницької культури в аксіологічному і ментальному аспектах і доводить, що підприємницька культура майбутніх дизайнерів складається з аксіологічного (цінності-цілі та цінності-засоби), комунікативного (уміння спілкуватися з використанням широкого спектру засобів та багатство загально-культурного, фахово-дизайнерського та економічного тезаурусів), креативного (здатність генерувати ідеї, винахідливість, володіння способами ефективної презентації проєктів та вигідної їх реалізації) та акмеологічного (мотивація до культурно-підприємницького розвитку, енерговольові зусилля, саморефлексія) складників [233, с.9].

Професійну самореалізацію особистості через призму підприємницької культури доцільно розглядати у трьох вимірах, а саме: індивідуально-особистісному, професійно-діяльнісному та суспільно значущому. Вважаємо, що підприємницька культура виявляється і розвивається у кожному з вимірів. *Індивідуально-особистісний вимір* представлений ціннісними орієнтаціями, потребами, мотивами діяльності, психофізіологічними та професійно значущими якостями особистості. *Професійно-діяльнісний вимір* містить сукупність знань, умінь, навичок, компетентностей, які забезпечують успішне виконання професійних функцій у сфері послуг та туризму загалом та ефективність підприємницького аспекту діяльності в галузі зокрема. *Суспільно-значущий вимір* професійної діяльності фахівців сфери послуг і туризму обумовлений специфікою індустрії, яка з одного боку орієнтована на задоволення культурних, рекреаційних, естетичних потреб особистості, а з іншого – справляє значний вплив на розвиток

економіки держави, забезпечує збереження культурних і природних цінностей, сприяє популяризації національного продукту в міжнародному масштабі. Усвідомлення наведених положень працівниками сфери послуг і туризму сприяє формуванню в них почуття професійної відповідальності, розумінню суспільної значущості професії.

Визначення сутнісних ознак категорії «підприємницька культура» спирається на розуміння відповідних критеріїв та показників, які в процесі наукового дослідження уможливають оцінювання рівня підприємницької культури особистості.

Критерії є необхідними і достатніми умовами існування явищ чи процесів, а також визначають вираженість певних ознак у цих явищах та процесах. В.Любарець зазначає, що критерії – це певне мірило оцінки, а показники – характеристики, які дозволяють виявити зміни у стані об'єкта дослідження. Дослідниця виокремлює вимоги, яким мають відповідати критерії, а саме: однозначність, адекватність, обґрунтованість, міцність і надійність [128]. У довідниковій літературі поняття «показник» трактується як: свідчення, доказ, ознака чого-небудь; наочні дані про результати діяльності, дані про досягнення в певній галузі [32, с.10]. Таким чином критерії та показники у наукових дослідженнях забезпечують вимірюваність педагогічних об'єктів і явищ, забезпечують можливість визначення ефективності дослідження.

На основі теоретичного узагальнення представлених результатів досліджень та низки наукових розвідок, дотичних до порушеної проблеми, особливостей, принципів, функцій підприємницької діяльності загалом і в індустрії гостинності зокрема, а також обґрунтованої сутності поняття «підприємницька культура», структуру підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму розуміємо як динамічну систему, представлену взаємопов'язаними компонентами, які формуються у процесі здобуття професійної освіти, удосконалюються в професійній діяльності й сприяють самореалізації особистості. До таких компонентів відносимо *мотиваційно-ціннісний, когнітивно-праксеологічний,*

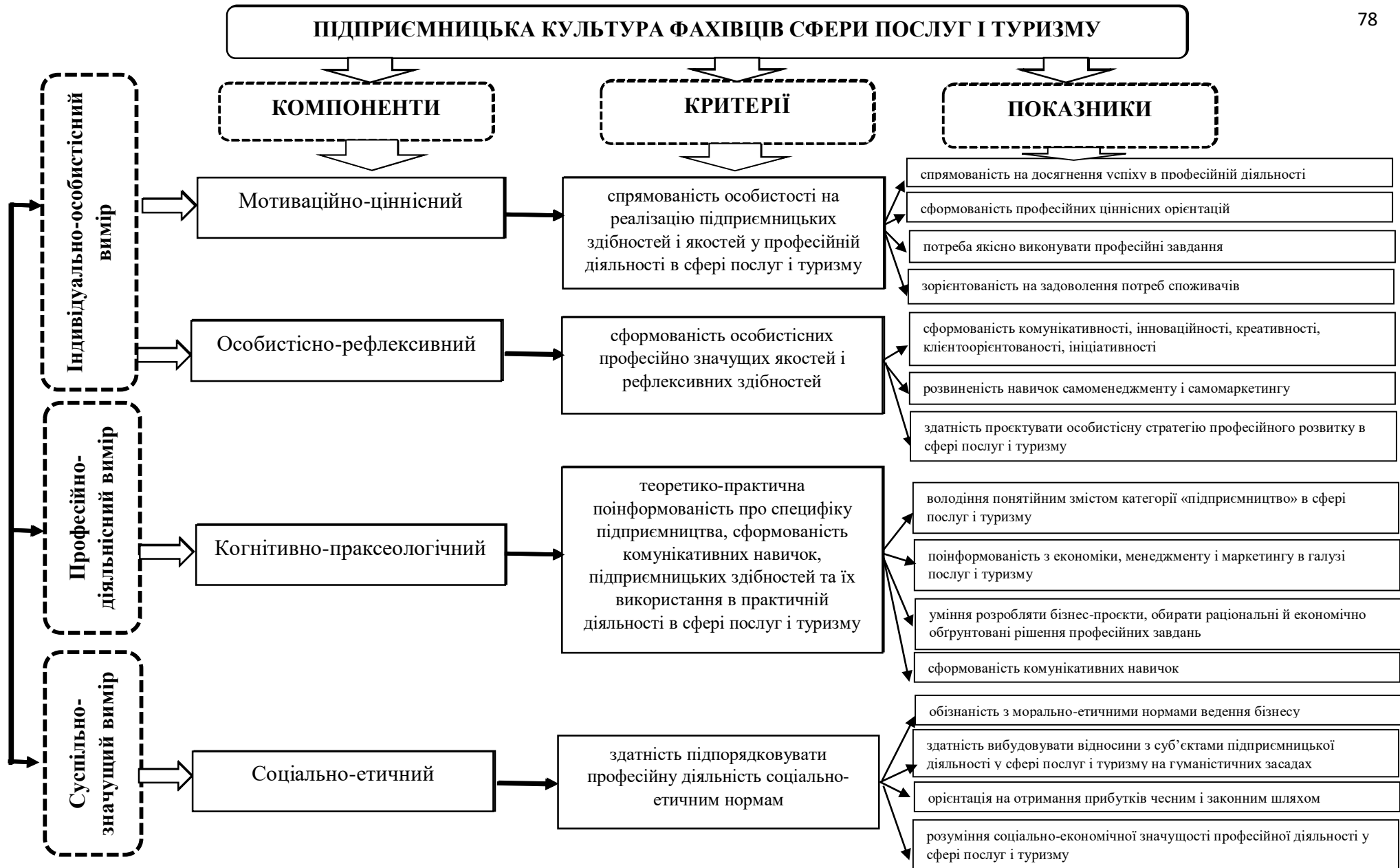


Рис. 1.2. Структура підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму

*особистісно-рефлексивний, соціально-етичний*. Взаємозв'язок перелічених компонентів, їх критерії та показники зображено на рисунку 1.2.

*Мотиваційно-ціннісний компонент* підприємницької культури охоплює загальну спрямованість особистості, що включає мотиви, ціннісні орієнтації, професійну позицію, які впливають на процес і результати діяльності. Мотиви підприємницького аспекту професійної діяльності фахівців сфери послуг і туризму є стимулами до діяльності, виявляються в намірах досягнення успіху, бажанні удосконалюватися й самореалізуватися. Означені характеристики є підґрунтям для становлення підприємницької культури, оскільки саме мотиви і цінності визначають поведінку особистості в повсякденному житті і спонукають до діяльності, в тому числі – професійної. Е.Зеєр наголошує, що системоутворюючим фактором у професійній діяльності є спрямованість особистості, яка охоплює мотиви, ціннісні орієнтації, професійну позицію і соціально-професійний статус [66, с.24].

Визначальною для успіху професійної діяльності є спрямованість мотивації індивіда на досягнення успіху або уникнення невдачі. Підприємницька активність у сфері послуг і туризму, орієнтована на успіх, передбачає сформованість таких особистісних якостей як цілеспрямованість, наполегливість, постановку адекватних задач, упевненість у власних силах тощо. Мотиви уникнення невдачі, за твердженнями психологів, виявляються у небажанні індивіда виходити із зони комфорту, прагнення уникнути відповідальності, небажання докладати зусилля для виконання важкого завдання і роботи на собою загалом [183, с.203].

Докладний аналіз системи ціннісних орієнтацій в сучасній психолого-педагогічній науці здійснив М.Рокич [265]. Американський дослідник визначав цінність як переконання особистості в тому, що певний спосіб поведінки або мета існування важливіші з позицій особистісної та соціальної спрямованості, на протипагу іншим. Науковець виокремив ознаки цінностей особистості, а саме: їх загальна кількість невелика; всі люди мають подібні цінності, які відрізняються лише рівнем вияву; цінності систематизовані; цінності виявляються і формуються в культурі, суспільстві, соціальних інституціях; всі соціальні феномени обумовлені

ціннісними орієнтаціями [265]. Наведені положення є авторитетними в сучасній науці, тому в контексті дослідження ми послуговувалися результатами наукових розвідок М.Рокича і вивчали ціннісну спрямованість особистості, поділяючи самі цінності на термінальні та інструментальні. Такий підхід вважаємо доцільним, оскільки вагомим стимулом поведінки є і спрямованість особистості на кінцеву мету (термінальні цінності), і спосіб дій, шлях, яким буде ця мета досягнута (інструментальні).

Систематизація складної системи професійно-ціннісних орієнтацій менеджерів сфери послуг і туризму наведена у дослідженні Н.Савельєвої, а саме: базові: здоров'я, освіта, сім'я, друзі; матеріальні: матеріальне благополуччя, упевненість у майбутньому; духовні: любов, щастя, творчість, краса; моральні: чесність, порядність, повага, відповідальність; професійні: якісне надання послуг, прибутковість, досягнення успіху, можливості саморозвитку, інноваційне спрямування, готовність до ризику тощо [198, с.135]. Сукупність перелічених цінностей охоплює усі сфери життєдіяльності фахівця сфери послуг і туризму. Погоджуємося з авторкою в тому, що у процесі професійної підготовки доцільно акцентувати увагу на професійних цінностях, від сформованості й глибини яких залежить успіх професійної діяльності. Водночас, морально-етичні переконання та духовні цінності особистості (гуманізм, чесність, толерантність, повага, відповідальність тощо) в підприємницькій культурі є основою для побудови суб'єкт-суб'єктних відносин зі споживачами послуг, колегами та партнерами.

Критерієм мотиваційно-ціннісного компонента визначено *спрямованість особистості на реалізацію підприємницьких здібностей і якостей у професійній діяльності в сфері послуг і туризму*. Показники означеного критерію:

- спрямованість на досягнення успіху в професійній діяльності;
- сформованість професійних ціннісних орієнтацій (якість послуг, інноваційність, матеріальна забезпеченість, готовність до ризику тощо);
- потреба якісно виконувати професійні завдання у сфері послуг і туризму;
- зорієнтованість на задоволення потреб споживачів.



*Когнітивно-праксеологічний компонент* синтезує теоретичні й технологічні знання із використанням їх у професійно-освітній діяльності. Даний компонент репрезентовано в сукупності знань, поінформованості з питань підприємницького аспекту професійної діяльності в сфері послуг і туризму, а також володінні особистістю комунікативними навичками, уміннями задовольняти потреби споживачів послуг, здатністю розробляти й реалізовувати бізнес-проекти, упроваджувати інновації, творчо підходити до вирішення професійних завдань. Майбутні фахівці під час навчання в закладах вищої освіти вивчають дисципліни з циклів загальної та професійної підготовки. Вважаємо, що змістове наповнення дисциплін має містити знання з основ підприємницької діяльності, менеджменту, маркетингу, особливості організації й ведення бізнесу в сфері послуг і туризму. Ю.Білова розглядає професійні знання в двох характеристиках: теоретичному й технологічному [20, с.17]. Теоретичні знання становлять когнітивну основу професійної діяльності, а в змісті технологічних репрезентуються знання про технологію і процедури діяльності.

Як відомо, для визначення результату здобуття освіти особистістю на різних рівнях використовується поняття «компетентність», як динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність [185].

Професійну компетентність вважають інтегральним показником готовності фахівців до практичної діяльності, оскільки у її змісті поєднано теоретичні й технологічні знання, практичні навички розв'язання типових та нестандартних професійних завдань, мотиви, прагнення, цілі, спрямованість особистості на самореалізацію в професії. М.Ткаченко конкретизує операційно-діяльнісний компонент підприємницької компетентності фахівців у сфері послуг та туризму й виокремлює «уміння планувати, реалізовувати й оцінювати різні варіанти підприємницької діяльності, бізнес-проекти, розробляти прості моделі дій і обирати економічно помірковані й екологічно обґрунтовані рішення, застосовувати раціональні засоби й способи діяльності з урахуванням конкретних обставин місця

й часу; вміннями презентувати та поширювати інформацію про результати власної економічної діяльності; індивідуально-творчою активністю у продуктивному використанні наявних ресурсів, дій та механізмів безперервного пошуку нових можливостей і оптимального використання ресурсів із метою отримання максимальної вигоди» [230, с.87].

Підприємницька культура особистості в практичній діяльності посилює ефективність виконання професійних функцій фахівцем, оскільки базується на використанні творчого підходу, впровадженні інновацій для одержання більшого прибутку, передбачає готовність ризикувати в умовах невизначеності тощо. Тому окрім теоретичних та технологічних знань щодо професійної діяльності в сфері послуг і туризму, фахівець повинен володіти глибокими знаннями з економіки, менеджменту і маркетингу в даній галузі, має бути ознайомлений з теоретичними і практичними нормами ведення бізнесу, психологічними умовами ефективної комунікації, налагодження партнерських стосунків та норми здорової конкуренції в сучасних умовах ринкової економіки тощо. Формування означеного компонента відбувається в процесі залучення студентів до вирішення професійно орієнтованих навчальних завдань, використання інтерактивних методів навчання, під час проходження різних видів практики.

Когнітивно-праксеологічний компонент репрезентовано у змісті критерію *теоретико-практичної поінформованості про специфіку підприємництва, сформованості комунікативних навичок, підприємницьких здібностей та їх використання в практичній діяльності в сфері послуг і туризму*. Показниками є:

- володіння понятійним змістом категорії «підприємництво» в сфері послуг і туризму;
- поінформованість з економіки, менеджменту і маркетингу в галузі послуг і туризму;
- уміння розробляти бізнес-проекти, обирати раціональні й економічно обґрунтовані рішення професійних завдань;

- сформованість комунікативних навичок для оптимальної організації діяльності підприємства, взаємодії з партнерами, конкурентами та споживачами послуг.

*Особистісно-рефлексивний компонент* представлений сукупністю професійно значущих якостей та здатністю до рефлексії, яка значною мірою впливає на професійне удосконалення й саморозвиток особистості. У змісті підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму особистісні якості (психофізіологічні та професійно значущі) також визначають передумови для успішної діяльності. З-поміж вище наведених професійно значущих якостей розглянемо найбільш актуальні для фахівців сфери послуг і туризму, а саме: комунікативність, клієнтоорієнтованість, інноваційність, креативність, організаційні здібності, здатність до ризику тощо.

Як відомо, діяльність фахівців представлених професій у сфері послуг та туризму є суспільно значущою і передбачає взаємодію у вимірі «людина – людина», тим самим впливає на кожного учасника такої взаємодії [182; 247]. На цьому акцентує увагу І.Шпичко і зазначає, що «основна робота фахівця сфери обслуговування полягає у постійному спілкуванні та ефективній взаємодії з клієнтами, а отже, й у правильному задоволенні їх соціальних потреб» [247, с.33].

Підприємницька культура також значною мірою ґрунтується на умінні комунікувати, взаємодіяти і виявляється в умінні «говорити так, щоб не принижувати гідність людей, вміння вести переговори, йти на компроміси, втрачаючи іноді власну вигоду, але зберігаючи доброзичливі стосунки» [49, с.85]. Отож сукупність професійно значущих якостей фахівців сфери послуг і туризму їх підприємницької культури, зокрема, визначається соціальним спрямуванням і орієнтацією на задоволення потреб споживачів цих послуг і репрезентується у таких якостях як *клієнтоорієнтованість* та *комунікативність*.

Важливим чинником успіху в підприємницькій діяльності в різних галузях є *інноваційність мислення*. Учені наголошують, що саме «стратегічне інноваційне мислення розвиває у підприємців уміння оцінити різні сегменти оточення, чітко формулювати головні важелі розвитку, визначати способи діяльності, що

забезпечують підприємству стійкий розвиток» [229]. В індустрії гостинності інноваційність мислення забезпечує створення нових видів послуг або удосконалення існуючих, впровадження інноваційних технологій задля оптимізації надання відповідних послуг, використання нетрадиційних форм і методів залучення клієнтів, освоєння нових туристичних дестинацій, проведення реорганізації закладів харчування і розміщення споживачів туристичних послуг, удосконалення логістичних послуг тощо. У науковій літературі інновації в туризмі та сфері послуг поділяють на види, як-от: інновація продукту, процесу, управління, бізнес-моделі, маркетингова, логістична, інституціональна, ресурсна, концептуальна [150, с.284–285]. Отож, у змісті підприємницької культури інноваційність мислення забезпечує особистості широкі можливості розвитку, удосконалення, відкритості новим технологіям.

Л.Дядечко зауважує, що виконання особистістю підприємницьких функцій в сфері послуг та туризму ґрунтується на творчості: науково-технічній, організаційно-управлінській та виробничо-комерційній [54]. Отож, серед якостей підприємницької культури доцільно виокремлювати *здатність до креативності*, яка забезпечує творче розв'язання професійних завдань, здатність використовувати нові підходи, інноваційні рішення, оскільки підприємці у сфері послуг та туризму— це «ділові люди, поведінка яких характеризується пошуком нового, кращого, прогресивного в світовому масштабі» [54].

Таким чином, інноваційність мислення забезпечує широке спрямування підприємця на оновлення та удосконалення, а здатність до креативності – вужче поняття, яке забезпечує творче вирішення професійних завдань.

З інноваційністю та креативністю безпосередньо пов'язана така характерна якість підприємницької діяльності як *готовність ризикувати*. Поняття ризику трактують як «існування ймовірності, що фірма зазнає збитків, якщо прийняті управлінські рішення були помилковими або недостатньо прорахованими» [22, с.207]. Нові виклики суспільства, потреби та бажання споживачів послуг, конкуренція на ринку послуг та туризму сприяють посиленню готовності підприємців даної галузі ризикувати заради одержання нових прибутків,

утримання і розширення клієнтської бази. У змісті підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму означена якість сприяє розкриттю нових можливостей, вияву прихованого потенціалу, оновленню форми і змісту надання послуг.

Однак, готовність ризикувати має як позитивні, так і негативні наслідки, які можуть блокувати роботу, викликати додаткові витрати часу, зусиль і ресурсів. У сфері послуг та туризму ризики поділяють на дві основні категорії, а саме: ризики, які загрожують споживачам послуг (загрози життю і здоров'ю відпочиваючих, крадіжки, штрафи, втрата речей тощо) та ризики діяльності підприємств сфери послуг і туризму (під час здійснення фінансових операцій, господарської, інвестиційної, управлінської та партнерської діяльності) [22, с.208]. У різних видах економічної діяльності, як стверджують С.Клименко та О.Дуброва, ризик виконує низку функцій, як-от: регулятивна, захисна, компенсаційна, соціально-економічна, інноваційна, аналітична [97, с.109]. Задля уникнення і подолання негативних наслідків в сучасній економічній теорії і практиці використовується система ризик-менеджменту, методами якого має володіти кожен підприємець для досягнення успіху в діяльності.

З-поміж низки професійно важливих якостей для фахівців ресторанного бізнесу, О.Приймук виділяє ініціативність, у змісті якої поєднано здатність до генерування ідей, пропозицій, визначення часткових завдань та шляхів досягнення мети. Дослідниця поєднує ініціативність з організаторськими здібностями, які забезпечують планування та реалізацію висунутих ідей [182, с.47].

*Ініціативність та організаторські здібності* у змісті підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму забезпечують ефективність виконання окремих професійних завдань, забезпечують злагоджену діяльність колективу, допомагають виявляти та реалізовувати запити споживачів означених послуг, впливають на процес досягнення успіху загалом.

Рефлексивність у даному контексті виявляється у вмінні аналізувати власні сильні і слабкі професійно значущі якості, досягнення й труднощі в професійній діяльності, розуміти причини невдач і проєктувати шляхи їх подолання. Рефлексія

є основою для формування навичок самоменеджменту та самомаркетингу, які значною мірою впливають на успіх професійної діяльності, оскільки забезпечують постановку цілей відповідно до результатів самоаналізу та актуальної самооцінки, планування власної діяльності, самоорганізацію і самопрезентацію особистості. Рефлексія в професійній діяльності забезпечує самореалізацію особистості у відповідності з прагненнями, бажаннями, мотивами і цінностями.

Критерієм особистісно-рефлексивного компоненту є *сформованість особистісних професійно значущих якостей і рефлексивних здібностей*. Показники критерію:

- сформованість таких якостей як комунікативність, клієнтоорієнтованість, інноваційність, креативність, організаційні здібності, здатність до ризику;
- розвиненість навичок самоменеджменту і самомаркетингу;
- здатність проєктувати особистісну стратегію професійного розвитку в сфері послуг і туризму.

*Соціально-етичний компонент* забезпечує відповідність підприємницького аспекту професійної діяльності соціальним та етичним нормам. Оскільки діяльність у сфері послуг і туризмі є людиноорієнтованою, провідними цінностями для працівників є соціальна відповідальність, справедливість, толерантність, надійність тощо. Водночас відкритість, щирість, вірність слову і обіцянкам забезпечують міцні й надійні контакти з партнерами по бізнесу. Ю.Пачковський використовує поняття «етика відносин у сфері бізнесу» і наголошує, що саме сучасна етика підприємництва як частина загальної культури забезпечує успішне формування системи міжособистісних зав'язків, «регламентує відносини людей, дотичних до сфери бізнесу» [172, с.13]. Таким чином етичні якості є необхідними для встановлення контактів та ефективної комунікації із суб'єктами підприємницької діяльності.

Як зауважує Г.Щука, у будь-якому виді професійної діяльності «повинна формуватися етична відповідальність перед професією (захист достоїнства професії, розвиток етичних норм та прирощування професійних знань), потреба в самореалізації та самовдосконаленні, яка проявляється в досягненні високої

професійності, в творчому підході до виконання професійних задач» [249, с.254–255]. Це положення підтверджує вагомість етичних якостей та моральних переконань особистості, які визначають здатність фахівця відчувати соціальну й особистісну цінність професійної діяльності, якісно виконувати посадові функції, бажання удосконалюватися в даному напрямі.

Окрім того, необхідною характеристикою соціально-етичного компоненту є збереження людської гідності, орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом, готовність до благодійництва тощо. Соціальна значущість підприємницької культури реалізовується завдяки створенню нових робочих місць, удосконаленню умов праці, розподілу матеріальних цінностей на засадах справедливості, впровадженню інновацій.

Таким чином, критерієм соціально-етичного компоненту в підприємницькій культурі визначено *здатність підпорядковувати професійну діяльність соціально-етичним нормам*. Показники критерію:

- обізнаність з морально-етичними нормами ведення бізнесу (загальними, етнічними, галузевими);
- здатність вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у сфері послуг та туризму на гуманістичних засадах;
- орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом;
- розуміння соціально-економічної значущості професійної діяльності у сфері послуг та туризму.

Особливості перелічених критеріїв і показників репрезентовано в рівнях їх прояву. Загальний рівень сформованості підприємницької культури особистості може мати різні характеристики, відмінні ступені прояву. У виконаній дисертації встановлено, що у майбутніх фахівців сфери послуг і туризму підприємницька культура та її окремі компоненти можуть виявлятися на високому, достатньому, низькому і критичному рівнях. Наведемо характеристики сформованості підприємницької культури на означених рівнях.

*Високий рівень* виявляється у стійкій зорієнтованості особистості на досягнення успіху в професійній діяльності; усвідомленій потребі якісного

виконання освітніх і професійних завдань; високорозвинутими професійно значущими якостями; здатністю досконало проєктувати стратегію саморозвитку у сфері послуг і туризму; володінні системними галузевими знаннями, ключовими поняттями підприємництва; стійкими виявами активності, творчого підходу до розв'язання завдань; усвідомленості морально-етичних норм ведення бізнесу (міжнародних і національних); стійкій здатності вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у досліджуваній сфері; глибокому розумінні соціально-етичних норм підприємницької діяльності.

*Достатній рівень* репрезентовано у стабільності професійних ціннісних орієнтирів особистості; потребі достатньо якісного виконання професійних завдань; розвитку окремих професійно значущих якостей; спостерігаються прояви ініціативності у вирішенні професійних завдань; достатньо обґрунтована самооцінка майбутнього фахівця; локально-моделюючий підхід до виконання професійних функцій; обізнаність із соціально-етичними нормами підприємницької діяльності тощо.

*Низький рівень* характеризується тим, що майбутній фахівець частково усвідомлює цілі і мотиви, однак недостатньо керується ними у професійній діяльності; намагається уникати невдач, не орієнтуючись при цьому на успіх; професійно значущі особистісні якості розвинуті недостатньо, проявляються в окремих добре знайомих ситуаціях; знання про підприємництво, менеджмент, маркетинг сфери послуг є репродуктивними; епізодичні прояви активності в професійній діяльності; недостатні і несистематизовані уявлення про морально-етичні норми ведення бізнесу; часткове усвідомлення соціально-економічної значущості підприємницької діяльності.

На *критичному рівні* сформованості підприємницької культури відсутні власні цілі і мотиви професійної діяльності в сфері послуг і туризму; спостерігається нерозуміння професійних цінностей та їх значущості; професійно значущі якості не проявляються; слабкі і поверхневі знання про специфіку організації підприємництва у сфері послуг і туризму; недостатні уявлення про морально-



етичні норми ведення бізнесу; відсутність уявлень про особливості побудови відносин із суб'єктами підприємницької діяльності.

У Додатку Ж наведено докладні характеристики рівнів кожного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Змістове наповнення навчальних дисциплін здійснюється відповідно до законів про освіту, освітніх стандартів, навчальних планів тощо. Однак система сучасної вищої освіти містить варіативний компонент, який дозволяє доповнювати зміст навчання з урахуванням індивідуальних освітніх траєкторій, потреб ринку праці, суспільних запитів тощо. Отож, для ефективного формування перелічених компонентів підприємницької культури доцільно керуватися виокремленими у підрозділі 1.2 особистісно орієнтованим, компетентнісним, діяльнісним і контекстним методологічними підходами і враховувати відповідні принципи організації професійної підготовки, впровадити спеціальний курс для цілеспрямованого формування означених компонентів у їх взаємозв'язку й взаємообумовленості, а також доповнити програму різних видів практик, які студенти мають пройти відповідно до навчальних планів.

Таким чином, на підставі аналізу нормативно-правової документації та наукової літератури з проблем економіки, підприємництва, туризму і сфери послуг було визначено, що в умовах ринкової економіки зростає роль якісної професійної підготовки фахівців для індустрії гостинності. У змісті нормативно-правової документації з питань підприємництва, туризму, сфери обслуговування, організації професійної підготовки фахівців засвідчено пріоритетність розвитку підприємництва у сфері послуг і туризму, оскільки індустрія гостинності значною мірою впливає на стабільність економічного розвитку в Україні і в світі. Успіх такого розвитку мають забезпечити висококваліфіковані, освічені, конкурентоздатні фахівці. У ході дослідження: узагальнено сутнісні ознаки підприємництва виокремлені в різні періоди становлення економічної теорії (Р.Кантільйон, А.Маршал, Ж.-Б.Сей, А.Сміт, Й.Шумпетер та ін.) не втратили актуальності і в сучасній науці й практиці; класифіковано наукові дослідження проблем підприємництва за соціально-філософським, соціокультурним,

психологічним, економічним, історичним, педагогічним вимірами; конкретизовано принципи, функції, ознаки підприємництва.

Теоретичні аспекти формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму забезпечують фундаментальність, науковість, системність і цілеспрямованість професійної освіти в даному напрямі. До таких аспектів було віднесено закономірності, методологічні підходи і принципи. Закономірностями організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму визначено такі: узгодження освітніх завдань професійної підготовки з особливостями розвитку індустрії гостинності і запитів ринку праці; проектування навчально-методичного забезпечення з урахуванням сучасних тенденцій організації освітнього процесу в ЗВО; моделювання освітніх траєкторій з урахуванням індивідуальних здібностей і потреб особистості. Методологічною основою визначено особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний і контекстний підходи. Сукупність принципів організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму розподілено на дві підгрупи: загальні (мають універсальний характер, спрямовані на формування професійної компетентності майбутніх фахівців досліджуваної індустрії) і спеціальні (обумовлені особливостями формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму).

Наукові підходи до розуміння категорії «підприємницька культура» класифіковано за соціокультурним, організаційним, діяльнісним, особистісним аспектами. Узагальнення особливостей категорії «підприємницька культура», призначення підприємництва в індустрії гостинності, виокремлення засадничих положень для формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму зумовили формулювання сутності поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму» як інтегрального особистісного утворення, що ґрунтується на системі ціннісних орієнтацій та установок особистості (переконань, ставлень, мотивів, цілей тощо), обумовлене особливостями діяльності в індустрії гостинності, реалізується у взаємодії з

іншими суб'єктами підприємницької діяльності, визначає стратегію і тактику професійної діяльності й самореалізації особистості в даному напрямі.

Аналіз довідкової літератури, кваліфікаційних вимог до спеціальностей фахівців сфери послуг і туризму, результатів наукових розвідок зумовили визначення сукупності професійно значущих якостей та особливостей професійної самореалізації фахівців досліджуваної галузі через призму індивідуально-особистісного, професійно-діяльнісного та суспільно значущого виміру. Перелічені виміри стали орієнтиром для виокремлення структурних компонентів підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму, а саме: мотиваційно-ціннісний (спрямованість особистості, мотиви діяльності, ціннісні орієнтації, професійна позиція), когнітивно-праксеологічний (знання, поінформованість з питань економіки, менеджменту, маркетингу в галузі послуг і туризму, володіння комунікативними навичками, здатність розробки і впровадження бізнес проєктів, готовність до ризику, впровадження інновацій тощо), особистісно-рефлексивний (професійно значущі якості, навички самоаналізу, саморозвитку, прогнозування), соціально-етичний (соціальна відповідальність, справедливість, надійність, орієнтація на отримання прибутків чесним шляхом, готовність до благодійництва та ін.). Встановлено, що сформованість у майбутніх фахівців сфери послуг і туризму підприємницької культури та її компонентів виявляється на високому, достатньому, низькому і критичному рівнях.

## **РОЗДІЛ 2. Формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в процесі їх професійної підготовки**

### **2.1. Педагогічні умови формування підприємницької культури студентів у закладах вищої освіти**

Процес удосконалення системи професійної підготовки фахівців різних галузей у широкому розумінні утворює нові підходи до організації вищої освіти, стимулює використання інноваційних технологій, оновлення форм, методів, засобів навчання і виховання. Задля забезпечення цілеспрямованості й системності означеного процесу у педагогічній теорії і практиці використовують поняття «педагогічні умови». Ефективність формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму також залежить від спеціально створених у закладі освіти педагогічних умов. Попри значну кількість наукових розвідок у даному напрямі потребують конкретизації педагогічні умови формування компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців індустрії гостинності.

Поняття «умова» у науковій літературі його трактують як: «те, від чого залежить щось інше; істотний компонент низки об'єктів (речей, станів, взаємодій), від наявності яких залежить існування досліджуваного явища» [236, с.707]; «необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяє чомусь; правила, які існують або встановлені в тій чи іншій галузі життя, діяльності, які забезпечують нормальну роботу чого-небудь» [32, с.442]. Отож, категорія «умова» є багатозначним, складним і динамічним феноменом, яким послуговуються у різних напрямках наукового пошуку. У контексті досліджуваного явища, умови розуміємо, як певні обставини і правила, дотримання яких уможливить ефективне формування підприємницької культури студентів в процесі здобуття вищої освіти і опанування відповідного фаху.

У педагогічному вимірі категорія «умова» потрактовується неоднозначно. Наприклад: сукупність змінних природних і соціальних, зовнішніх та внутрішніх

чинників, які впливають на фізичний, психічний, моральний розвиток особистості і її поведінку; виховання, навчання і формування особистості [181, с.36]; обставини, які обумовлюють певний напрям розвитку освітнього процесу, ... сукупність об'єктивних можливостей змісту, форм, методів, прийомів і засобів педагогічної діяльності [238]; достатня сукупність факторів, що забезпечують вирішення проблемної ситуації для підвищення ефективності освітнього процесу [48]; створені зусиллями педагогічного загалу обставини для поліпшення освітнього процесу, це система органічно пов'язаних між собою психічних і практичних дій, спрямованих на вирішення конкретних педагогічних завдань освітнього процесу [147, с.129]; необхідні і достатні обставини, які забезпечують ефективний розвиток студентів у навчально-виховному процесі [125, с.91].

Порівняння і співвідношення понять педагогічні правила та педагогічні умови наводить Є.Хриков. Учений зазначає, що педагогічні правила, як і педагогічні умови орієнтують діяльність педагогів на реалізацію тієї чи іншої мети та використання тих чи інших засобів. Відмінність між правилами та умовами полягає у тому, що правила мають загально дидактичний або загально виховний характер, тобто охоплюють більш значену частину педагогічної дійсності, орієнтовані на всіх педагогічних працівників. Педагогічні умови мають локальний характер, вони спрямовані на вирішення вузьких педагогічних ідей та окремі, невеликі групи педагогічних працівників [238].

Т.Шмоніна та І.Глухов вважають, що педагогічні умови є якісною характеристикою основних факторів, процесів і явищ освітнього середовища і містять низку структурних компонентів, як-от: нормативна база, зміст освіти, матеріально-технічна база, технологія навчання, навчально-методичне забезпечення, міжособистісна взаємодія учасників освітнього процесу і психологічний мікроклімат. Від вибору перелічених компонентів і їх взаємодії залежить ефективність освітнього процесу [245, с.68].

Відтак у сучасній науковій літературі не існує єдиного загальноприйнятого розуміння поняття «педагогічні умови», оскільки сама дефініція «умова» є багатозначною, а педагогічні умови науковці розглядають з позиції досліджуваних

ними проблем, акцентуючи увагу на окремих аспектах. У зв'язку з цим досить поширеним в сучасних наукових розвідках стало використання категорій «організаційно-педагогічні умови» та «психолого-педагогічні умови», зміст яких частково наближений до досліджуваного поняття. О.Єжова визначає психолого-педагогічні умови як обставини, спрямовані на формування і розвиток особистісних якостей, утворень [62, с.41], а організаційно-педагогічні передбачають упорядкованість, узгодженість взаємодії суб'єктів педагогічного процесу, які спільно реалізують певну програму або мету і стосуються технологічної функції управління педагогічним процесом [62, с.42]. Однак у цілісному педагогічному процесі необхідно враховувати і психологічні і організаційні аспекти.

Реалії сучасної системи освіти і результати аналізу вищенаведених наукових розвідок [62; 125; 245] переконують у тому, що педагогічні умови в широкому розумінні доцільно розглядати як комплексне поняття, сутність якого поєднує педагогічні (зміст, форми, методи, засоби навчання і виховання тощо), психологічні (психологічні механізми засвоєння знань, розвитку умінь і навичок, формування якостей, становлення особистості в освітньому процесі і т.д.) й організаційні (управління освітнім процесом, взаємодія між суб'єктами, узгодженість й упорядкованість тощо) компоненти.

Аналіз результатів низки педагогічних досліджень [48; 124; 181; 238; 245] зумовив виокремлення якісних характеристик педагогічних умов, а саме:

- взаємообумовленість з педагогічними закономірностями, принципами та правилами;
- вирішення недосліджених раніше аспектів проблеми (відповідність вимогам наукової новизни);
- орієнтація на вирішення окремої педагогічної проблеми (локальний характер застосування);
- спрямованість на підвищення ефективності освітнього процесу загалом (удосконалення процесу, покращення результату, оптимізація часу);

- поєднання можливостей зовнішнього (освітнього і матеріально-просторового) середовища з внутрішньою (особистісною) спрямованістю;

- можливість перевірки результативності впроваджених педагогічних умов (їх упровадження не гарантує отримання передбачуваного результату, однак підвищує імовірність досягнення цілі).

У контексті порушеної проблеми виникає потреба проаналізувати педагогічні умови, якими послуговуються науковці, досліджуючи специфіку професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму та особливості формування підприємницьких якостей.

Для конкретизації педагогічних умов підготовки майбутніх менеджерів туризму засобами інформаційно-комунікаційних технологій Г.Лоїк враховує специфічні принципи технології програмованого навчання, як-от: актуалізація мотивів професійного зростання майбутніх менеджерів туризму засобами інформаційно-комунікаційних технологій; використання проєктної технології для формування професійної компетентності майбутніх менеджерів туризму; упровадження програмованого навчання в процес формування інформаційно-комунікаційної компетентності майбутніх менеджерів туризму; активізація самостійної пізнавальної діяльності студентів [125, с.91].

У дисертації Ю.Безрученкова виявлено особливості формування професійної культури майбутніх фахівців ресторанного бізнесу й окреслено педагогічні умови підвищення ефективності означеного процесу, а саме: формування в студентів умотивованості до оволодіння професійною культурою фахівця сфери ресторанного бізнесу на основі прийняття ними цінностей фахової освіти на початковому етапі професійної підготовки; оволодіння майбутніми фахівцями моральними цінностями, нормами професійної поведінки шляхом спрямування змісту фахової підготовки на розвиток професійно важливих якостей; набуття вмінь і навичок культуротворчої професійної діяльності на основі використання в освітньому процесі ВНЗ практико зорієнтованих, зокрема активних, методів навчання [17, с.12]. Підґрунтям для формулювання наведених педагогічних умов стали вимоги системного підходу в педагогіці, зміст нормативних документів та

освітньої практики організації професійної підготовки майбутніх фахівців досліджуваної індустрії, а також власний досвід автора.

Досліджуючи особливості формування соціальної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійній підготовці І.Шпичко спирається на компоненти соціальної компетентності й виокремлює такі педагогічні умови як: доповнення змісту соціально-гуманітарних дисциплін у контексті професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування; розвиток позитивної мотивації студентів шляхом їхньої участі у різних видах практики і в позааудиторній роботі; застосування новітніх освітніх технологій для розвитку навичок толерантного спілкування, продуктивної взаємодії і конструктивної критики [247, с.63].

Ураховуючи вищезазначене, *педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму* розуміємо як сукупність зовнішніх і внутрішніх чинників, які поєднують спеціально змодельовані і взаємообумовлені зміст, форми, методи, прийоми і засоби освітньої діяльності, спрямовані на формування компонентів підприємницької культури студентів означеного профілю в педагогічному процесі закладів вищої освіти. Підґрунтям для формулювання педагогічних умов у контексті порушеної проблеми стали визначені у першому розділі вимоги сучасного ринку сфери послуг і туризму, специфіка майбутньої професійної діяльності фахівців означеного напрямку, зміст нормативних документів, провідні тенденції розвитку освітнього процесу в закладах вищої освіти і Україні і світі, закономірності і методологічні підходи формування підприємницької культури в процесі професійної підготовки студентів галузі «Сфера обслуговування».

Спираючись на вищезазначене, враховуючи сутність поняття «підприємницька культура» та його компонентний склад було виокремлено чотири педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а саме:

1. Формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України.



2. Оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій.

3. Формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу.

4. Засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності.

Сутнісна характеристика і докладний аналіз кожної з педагогічних умов наведені в наступних підрозділах.

### **Формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України.**

Вплив мотивації на професійне становлення особистості є незаперечним, оскільки на думку дослідників [264] ціннісно-мотиваційна сфера особистості є визначальною в процесі формування професійної компетентності майбутнього фахівця. З цього приводу Л.Боднар зауважує, що «знання, уміння, навички можуть успішно формуватися та актуалізовуватися за умови особистісного прийняття та усвідомлення суспільного значення мети, що визначає формування відповідальності, ініціативи, готовності до творчості» [24, с.29]. Водночас, високий рівень інтелектуальних здібностей особистості без відповідного інтересу, прагнення, та без особистісного прийняття не гарантує успішної професійної реалізації.

Поняття «мотив», «мотивація» використовують для характеристики сукупності чинників і стимулів поведінки, діяльності та активності особистості. У довідниковій літературі поняття «мотив» трактують як складне психологічне утворення, яке спонукає людину до певних дій для задоволення первісно усвідомлюваних чи взагалі неусвідомлюваних потреб [59, с.455]; матеріальний або ідеальний об'єкт, який спонукає і направляє на себе діяльність або вчинок, зміст

яких полягає у тому, що за допомогою мотиву задовольняються певні потреби суб'єкта [23, с.273]. Зазвичай активність особистості зумовлюється не одним мотивом, а їх сукупністю.

У дослідженні М.Артюшиної наведено співвідношення категорій «мотив» і «стимул», які досить часто використовуються в освітній практиці. Дослідниця зауважує, що ці поняття відрізняються за своєю сутністю, а саме: мотив – це внутрішній потяг людини до діяльності, зумовлений особистими потребами і бажаннями, а стимул – зовнішня спонuka активності особи, те, що підштовхує людину до діяльності навіть при відсутності прямого бажання діяти. Як наслідок, «зовнішній вплив на людину, що актуалізує її мотиви, викликає бажання діяти, породжує інтерес до змісту діяльності та її прямих результатів є мотивуванням, а зовнішній вплив, що спрямований на підштовхування людини до дій позитивними чи негативними підкріпленнями – стимулюванням» [7, с.26]. Уміле мотивування і стимулювання значною мірою впливають на успішність навчально-виховного процесу.

У психолого-педагогічній науці мотивацію вважають рушійною силою навчання, поведінки і духовного розвитку студентів [60, с.878]. У змісті професійної підготовки такими рушійними є: 1) змістовна мотивація (значущість майбутньої професії, її творчий характер, інноваційність, відповідність здібностям і можливостям майбутніх фахівців тощо); 2) утилітарна мотивація (мотиви кар'єрного просування, досягнення певного становища у суспільстві, фінансової забезпеченості); 3) мотиви соціальної значущості майбутньої професії [60, с.879].

У контексті порушеної проблеми розглянемо психологічні особливості загальної умотивованості особистості до підприємницької діяльності, наведені Є.Льїним. А саме:

- свобода вибору і пошук шляхів економічної діяльності; переважаюча орієнтація на особисту ціль, ігнорування тиску групи та ситуативних чинників; визначальними якостями особистості при цьому є незалежність та внутрішній локус контролю;

- переважання розсудливості над імпульсивністю, високий рівень невизначеності рішень, які приймаються, ризикованість, загроза втрати прибутку тощо; готовність до ризику і відповідальність – якості особистості, які сприяють подоланню проблем у даному контексті;

- бажання боротися і перемагати, переважання мотивів на досягнення успіху над мотивами уникнення невдач; потреба особистості в самоактуалізації й суспільному визнанні сприяють реалізації означеного [82, с.284].

Успіх підприємницької діяльності, окрім зазначених особистісних якостей підприємців, залежить від їх здатності визначати інтереси, мотиваційні установки і бажання споживачів. Мотиви споживачів Є.Ільїн поділяє на потреби утилізації, естетики, престижності, моди і традиції [82, с.283]. Вважаємо, що формуючи підприємницьку культуру слід спиратися на вищезазначені аспекти й моделювати освітній процес таким чином, щоб формувати у майбутніх фахівців наведені якості.

Умотивованість до конкретного виду діяльності значною мірою обумовлюється ціннісними орієнтаціями, які є основою духовного світу особистості, спрямовують її діяльність і соціальну активність, і трактуються як «відносно стійка система спрямованості інтересів і потреб особистості на певну ієрархію життєвих цінностей, схильність у наданні переваги певним цінностям у різних життєвих ситуаціях, спосіб розрізнення особистісних явищ і об'єктів за рівнем їхньої значущості для людини» [60, с.990].

У процесі професійної підготовки ціннісні орієнтації визначають вибір напрямку, змісту, форм і способів пізнавальної активності задля задоволення потреб та інтересів студента. Відповідно, формуючи умотивованість майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до опанування підприємницькою культурою доцільно окреслити цінності, характерні для підприємницької діяльності. Є.Тельманова виокремлює такі ціннісні орієнтації сучасних підприємців:

- внутрішній комфорт і самоповага;
- можливість відчувати конкретні результати своєї праці;
- володіння свободою творчості;
- можливість захистити власне матеріальне становище та своїх близьких;

- професійне зростання у особистісно значущих сферах діяльності;
- престижність і самоствердження;
- досягнення матеріальної незалежності заради внутрішньої свободи;
- цікава професійна діяльність, пов'язана з новими враженнями і спілкуванням з іншими людьми [226, с.49-50].

Завдяки узагальненню результатів наукових розвідок [20; 82; 198; 226; 230], аналізу психологічних аспектів умотивованості студентів до оволодіння підприємницької культури та урахуванню особливостей підприємництва в індустрії гостинності нами виокремлено найбільш загальний перелік ціннісних орієнтацій, які доцільно актуалізувати в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а саме: свобода вибору, якісне надання послуг, прибутковість, досягнення успіху, можливості саморозвитку, інноваційність, готовність до ризику, чесність, толерантність. У поєднанні з базовими, матеріальними і духовними, перелічені цінності виступають внутрішнім регулятором поведінки, пізнавальної та навчально-професійної діяльності студентів.

Є.Ільїн докладно аналізує мотиваційний аспект професійної підготовки і в контексті порушеного аспекту проблеми зазначає, що загальна мотивація (професійна, пізнавальна, прагматична, суспільна, особистого престижу) зумовлює ставлення студентів до різних навчальних дисциплін. Мотиваторами при цьому є:

- важливість дисципліни для професійної підготовки;
- інтерес до певної галузі знань або її розділу;
- якість викладання (задоволеність заняттями з дисципліни);
- відносини з викладачам дисципліни [82, с.267].

Означене свідчить про те, що в контексті порушеної проблеми зміст навчальних дисциплін, особистісна зацікавленість, якість викладання й міжособистісні відносини між студентами і викладачами в освітньому процесі сприяють умотивованості студентів до опанування підприємницькою культурою загалом і сприяють закріпленню їх професійних ціннісних орієнтацій. На формування мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури

студентів позитивно впливає розуміння значущості навчальної інформації, сформованих умінь і навичок для майбутньої професійної діяльності.

Таким чином, мотивація студентів до оволодіння підприємницькою культурою репрезентується у низці показників, а саме: позитивне ставлення до підприємництва загалом, орієнтація на самостійність в діяльності, інтерес до нестандартних професійно орієнтованих завдань, захопленість підприємницькою діяльністю, готовність до творчого співробітництва, наміри досягнення успіху тощо. Ціннісні орієнтації професійної діяльності (якість, інноваційність, готовність до ризику, свобода вибору тощо) підкріплюють умотивованість і забезпечують її стабільність, а також спонукають майбутніх фахівців до самовдосконалення та самореалізації.

Формування умотивованості до опанування підприємницькою культурою в студентів спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» здійснюється упродовж усього періоду навчання в закладі вищої освіти. У контексті досліджуваної проблеми визначено педагогічні шляхи формування такої умотивованості, як-от:

- змістове наповнення і висока якість викладання навчальних дисциплін для ознайомлення студентів зі специфічними особливостями підприємництва в індустрії гостинності, суспільним запитом на кваліфікованих фахівців означеної індустрії, значущості майбутнього фаху та ознайомлення з системою відповідних ціннісних орієнтацій;

- створення позитивної психологічної атмосфери і встановлення партнерських, суб'єкт-суб'єктних взаємин між викладачами і студентами, і зокрема – у студентському колективі за допомогою групових форм навчання;

- моделювання методичного інструментарію для стимулювання і мотивування студентів у руслі формування їх підприємницької культури (за М.Артюшиною);

- залучення студентів до професійно орієнтованої діяльності у процесі використання активних методів навчання в аудиторній діяльності та під час проходження різних видів практики;

- формування у майбутніх фахівців установки на професійну самореалізацію шляхом створення ситуацій успіху для студентів, особливо для тих, які відчувають труднощі в процесі навчання.

Вагомий вплив на формування професійної мотивації майбутніх фахівців різних галузей в системі вищої освіти здійснюють методи навчання. У руслі вирішення проблеми формування умотивованості студентів під час аудиторної роботи доцільно спиратися на рекомендації М.Артюшиної, яка класифікувала методи мотивування і стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти у вищій школі і докладно їх схарактеризувала. А саме:

1) методи формування пізнавальних інтересів і розвитку позитивного емоційного ставлення до навчання: комунікативна атака (використання ефекту новизни, несподіванки), викликання цікавості, незвичайні аналогії (викликання подиву), створення ситуацій моральних переживань, опертя на життєвий досвід студентів, створення відчуття успіху, закріплення позитивного враження;

2) методи формування обов'язку і відповідальності в процесі професійної підготовки: роз'яснення значимості навчання (особистої та суспільної), пред'явлення навчальних вимог та практичного привчання до їх виконання, заохочення проявів активності й самостійності (відповідно до можливостей і потреб студентів), делегування обов'язків, заохочення і покарання в навчанні (підкріплення, спрямовані на підтримки позитивних форм чи усунення негативних проявів поведінки);

3) методи використання мотивуючого впливу навчальної групи: взаємного впливу і взаємодопомоги, організація змагань, створення сприятливої соціально-психологічної атмосфери в освітньому процесі;

4) методи психологічного впливу викладача: сугестія (навіювання), переконування, самопросування, психологічного зараження, пробудження імпульсу до наслідування;

5) методи подолання перешкод у освітньому процесі: стимулювання часом і швидкістю, несподіваністю, неповною інформацією [7, с.28–30].

Перелічені методи, на нашу думку, є найоптимальнішими, оскільки: по-перше, є актуальними на різних етапах професійної освіти; по-друге, передбачають використання низки психолого-педагогічних прийомів, серед яких викладач може обирати і моделювати залежно від мети і завдань окремого заняття чи дисципліни; по-третє, дозволяють реалізовувати в освітній практиці вищої школи особистісно орієнтований підхід (враховують індивідуальні можливості і потреби студентів, а також різні способи мотивування при цьому).

Оскільки на початковому етапі навчання в закладах вищої освіти переважають дисципліни фундаментальної та природничо-наукової підготовки, доцільно спиратися на концептуальні засади контекстного підходу і доповнювати зміст таких дисциплін темами, які репрезентують значущість отриманої інформації для майбутньої професії в сфері послуг і туризму, а також активізують цінності підприємництва індустрії гостинності. Таким чином забезпечуються і міждисциплінарні зав'язки в освітньому процесі вищої школи.

**Оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій.**

Реалізація другої педагогічної умови передбачає доповнення дисциплін циклів фундаментальної, професійної та практичної підготовки, змісту практик, впровадження спеціального курсу «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму», використання інноваційних освітніх технологій в процесі аудиторної та позааудиторної діяльності для становлення цілісної системи знань про підприємництво, розвитку підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Таким чином здійснюється комплексний вплив на формування когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців означеної сфери.

За словами Е.Зеєра, професійне становлення суб'єкта відображається в розвитку його особистості та індивідуальності унаслідок засвоєння професіоналізму та формування індивідуального стилю діяльності. Натомість

становлення професійної діяльності відбувається в процесі розвитку прийомів і способів, удосконаленні технології, збагаченні методологічного інструментарію й розширенню обсягу його використання [66, с.23].

Спираючись на тенденції до інтеграції в освітньому процесі, вважаємо за доцільне поєднувати формування когнітивної складової (накопичення професійно значимої інформації, продуктивність мисленнєвих процесів аналізу, синтезу, класифікації, узагальнення тощо) з розвитком професійних умінь і навичок, прийомів і способів майбутньої професійної діяльності. З цього приводу Г.Селевко зауважує, що уміння визначають як здатність особистості до ефективного виконання певної діяльності у змінених умовах саме на основі здобутих знань [201, с.21].

Ефективність цього процесу підвищує використання інноваційних технологій і методів навчання, а також забезпечення діяльнісного підходу в процесі здобуття освіти майбутніми фахівцями сфери послуг і туризму. Результати аналізу й узагальнення наукових розвідок [6; 51; 84; 85; 140; 141] переконують в тому, що інноваційні освітні технології дозволяють урізноманітнити та підвищити ефективність навчання, забезпечують можливості для розвитку якостей та здібностей особистості, сприяють налагодженню комунікації між студентами і викладачем, впливають на модернізацію системи освіти загалом. Також забезпечується особистісна орієнтованість освітнього процесу, оскільки розробка і впровадження інноваційних технологій ґрунтуються на гуманістичній парадигмі навчання.

Конкретизація сутності поняття «освітні технології» ускладнюється наявністю численних дотичних дефініцій («педагогічні технології», «технології у навчанні», «інноваційні педагогічні технології» тощо), а також низкою наукових підходів до розуміння і тлумачення даної категорії у педагогіці як засобу, способу, наукового напрямку і багатовимірного поняття (І.Дичківська, В.Паламарчук, О.Пехота, І.Підласий, Г.Селевко та ін.).

Г.Селевко розуміє педагогічну технологію як систему функціонування усіх компонентів освітнього процесу, яка базується на науковій основі, обмежена в часі



та просторі і забезпечує досягнення поставленого результату [201, с.38]. І.Дичківська розглядає три рівні функціонування педагогічних технологій і пропонує відповідне їх тлумачення, а саме: загальнопедагогічний рівень (освітні технології), предметно-методичний рівень (педагогічні технології) і локальний або модульний рівень (технології навчання, виховання, управління тощо) [47]. В «Енциклопедії освіти» зазначено, що педагогічні технології забезпечують перетворення педагогічного процесу на цілеспрямовану діяльність усіх його суб'єктів; це системотворчий чинник, який сприяє цілісності, особистісній та соціально-економічній значущості освітнього процесу й освітньої діяльності [60, с.661]. Спільним для різних підходів до розуміння категорії «педагогічні технології» є специфічні сутнісні ознаки, які забезпечують їх самодостатність і неповторність, як-от: концептуальність, діагностичне визначення цілей і результативності, оптимальність, економічність, алгоритмізованість, проєктованість, відтворюваність, цілісність, керованість, коригованість, візуалізація (для окремих технологій) [47, с.75–76; 251, с.7].

Впровадження інноваційних педагогічних технологій в основному здійснювали під час вивчення спеціального курсу «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика» майбутніми бакалаврами спеціальностей 242 – «Туризм» і 241 – «Готельно-ресторанна справа». Основні положення курсу сформульовано відповідно до вимог компетентнісного підходу.

*Мета і цілі курсу.* Мета дисципліни – формування у студентів загальнокультурних і професійних компетенцій, необхідних для реалізації потенціалу підприємницької культури в сфері послуг і туризму. Цілями вивчення дисципліни є формування у студентів уявлення про сутність поняття «підприємницька культура» та системи знань про специфіку реалізації підприємницької культури у сфері послуг і туризму, розвиток уміння створювати й реалізовувати бізнес-проєкти в індустрії гостинності, формування навички для організації діяльності підприємств індустрії, сприяння удосконаленню професійної компетентності майбутніх фахівців.

*Результати навчання* репрезентовано у змісті компетенцій, якими мають опанувати майбутні фахівці, а саме:

- *соціально-особистісні компетенції*: розуміння суспільної значущості підприємницької культури; усвідомлення ролі підприємництва у процесі розвитку сфери послуг і туризму; прагнення якісно вирішувати професійні завдання з опорою на загальнолюдські цінності; комунікативні навички; здатність працювати в команді; толерантність;

- *загально-наукові компетенції*: базові знання з економіки, менеджменту і маркетингу з урахуванням специфіки галузі; володіння понятійним змістом категорії «підприємництво» в сфері послуг і туризму;

- *інструментальні компетенції*: уміння розробляти бізнес-проекти; організаційні навички; здатність до аналізу ринку послуг; готовність до виправданого ризику; здатність використовувати сучасні інформаційні технології;

- *професійні компетенції*: здатність розв'язувати професійні завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях; навички продуктивного спілкування зі споживачами сфери послуг і туризму; готовність до професійного й особистісного самовдосконалення.

Робоча програма спеціального курсу наведена у Додатку В. Структурування змісту навчальної інформації дисципліни здійснено за принципами системності, інтерактивності, модульності і адаптивності [84, с.137–138]. Принцип системності забезпечує логічність, послідовність і системність знань, які мають засвоїти студенти; інтерактивність сприяє ефективному зворотному зв'язку, налагодженню комунікації між учасниками освітнього процесу; принцип модульності передбачає розподіл навчальної інформації на окремі логічні модулі, які містять теми, блоки тощо; завдяки адаптивності змісту здійснюється варіативність, гнучкість, дозування змісту навчальної інформації у відповідності до потреб, навчальних можливостей та індивідуальних психологічних особливостей студентів.

Специфіка організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму з використанням інноваційних форм і методів навчання обумовлена вимогами до сучасних технологій в системі вищої освіти, а саме:

гуманістична спрямованість та особистісна орієнтованість навчання [47, с.14]; не лише розвиток інтелекту, а й формування духовності, розвиток емоційних, естетичних і творчих задатків особистості [204, с.23]; вплив на підвищення якості освітнього процесу і стимулювання безпосередньої активної участі студентів [4, с.288]; інтерактивність та наближеність до реалій майбутньої професійної діяльності [84, с. 71].

Таким чином, педагогічний вплив у змісті інноваційної технології має забезпечувати підтримку активності усіх суб'єктів освітнього процесу (на нашу думку, активність студента взаємопов'язана з активністю та педагогічною творчістю викладача); оволодіння здобувачами освіти способами діяльності (розвиток умінь, навичок, накопичення досвіду вирішення професійних завдань); стимулювання індивідуального вибору і особистої відповідальності за цей вибір. Добираючи методичний інструментарій до окремих занять, за рекомендаціями науковців, враховували такі умови:

- освітні цілі й завдання;
- зміст навчальної інформації та предметне поле її застосування;
- темп і термін, упродовж якого необхідно опрацювати зміст навчання;
- стиль педагогічної діяльності викладача та рівень його педагогічної майстерності;
- забезпеченість процесу навчання (дидактична, матеріально-технічна);
- рівень підготовленості студентів [149].

Окрім зазначеного, інноваційну спрямованість фахової підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму забезпечували шляхом використання засобів інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). З цього приводу Н.Бахмат зауважує, що підготовка конкурентоздатних фахівців потребує дослідження, коригування й удосконалення відповідно до неперервного процесу інформатизації освіти [13, с.30].

У контексті впровадження інноваційних форм і методів навчальної діяльності доцільно використовувати потенціал віртуального освітнього середовища, яке, за словами В.Любарець, забезпечує двосторонній зв'язок (або інтерактивність), надає

низку можливостей для встановлення зворотного відгуку, має персональну спрямованість (забезпечує реалізацію особистісно орієнтованого підходу), забезпечує мовне розмаїття [127, с. 41]. Для створення віртуального освітнього середовища в сучасних ЗВО доцільно використовувати можливості Google, Viber, Messenger, соціальних мереж (Facebook, Instagram, Google+), спеціально створені локальні освітні ресурси університетів тощо.

Вважаємо, що для ефективного формування підприємницької культури студентів освітньої галузі «Сфера обслуговування» загалом, і когнітивно-праксеологічного компоненту зокрема, в освітньому процесі ЗВО доцільно використовувати такі освітні технології як: інтерактивні, проєктні та тренінгові технології, «Case Study», інтелект-карти тощо. В контексті означеного, увагу зосередили на освітніх технологіях, зорієнтованих на засвоєння і закріплення навчальної інформації та формування професійно значущих умінь і навичок.

До інноваційних педагогічних технологій відносять інтерактивне навчання, спрямоване на організацію продуктивної взаємодії суб'єктів освітнього процесу. О.Ліннік визначає цілі такого навчання у закладах вищої освіти, а саме: засвоєння нової інформації; розвиток у здобувачів освіти способів діяльності, умінь і навичок; стимулювання міжособистісної комунікації; набуття первинного професійного досвіду [121, с.206].

Учені класифікують інтерактивні технології навчання за різними критеріями, наприклад, з опертям на етапи освітнього процесу, як-от: актуалізація опорних знань і мотивація здобувачів освіти, засвоєння нових знань, формування умінь і навичок, ціннісних орієнтацій, узагальнення й систематизація знань, рефлексія [221]. С.Сисоєва до активних форм і методів навчання дорослих відносить творчі ситуації, навчально-творчі задачі, метод проєктів, навчальний тренінг, ігровий метод, методи «мозкової атаки», «Дельфі», проблемне навчання, кейс-метод та інші [204]. Дослідниця наводить також приклади застосування традиційних та інноваційних методів, прийомів і засобів навчання на різних етапах теоретичного навчання відповідно до типів занять (засвоєння нових знань; формування умінь і навичок; застосування знань, умінь і навичок; узагальнення і систематизація знань;

перевірка, оцінка і корекція знань, умінь і навичок; комбіновані заняття тощо) [204, с.257–263].

У процесі формування когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури студентів напряму «Сфера обслуговування» доцільно використовувати такі інтерактивні методи як «мозковий штурм» (мозкова атака), «світове кафе», «дерево рішень», ротаційні трійки, «акваріум» тощо. Наприклад, метод «мозкового штурму» сприяє розвитку інтелектуальної творчості студентів, забезпечує нетрадиційний підхід до розв'язання навчальних і професійно орієнтованих завдань. Водночас студенти розвивають уміння продукувати ідеї, чітко формулювати думки, слухати і чути один одного тощо. «Дерево рішень» застосовується для ситуацій, які не мають однозначного розв'язання і потребують глибокого аналізу причин, наслідків, прогнозування шляхів вирішення проблеми. Цей метод може доповнювати «мозковий штурм» для пошуку розв'язання поставленого завдання.

Н.Драгомирецька зауважує, що метод «Case Study» (метод кейсів, ситуаційні завдання) спрямований на одночасне навчання теорії і практики, а його використання в процесі професійної підготовки формує у студентів уміння вирішувати практичні проблеми, які можуть виникнути в професійній діяльності. Освітній ефект означеного методу полягає у стимулюванні мотивації пізнавальної діяльності, практичному застосуванню теоретичних знань, використанню доказів на основі емпіричного аналізу проблеми, дозволяє подолати обмеження теорії [51, с.52].

Для систематизації навчальної інформації, розуміння сутності категорій, які вивчаються та їх взаємозв'язків доцільно застосовувати метод інтелект-карти («concept maps», ментальні карти), спрямовані на представлення в графічній формі того чи іншого поняття. За визначенням А.Букач, це графічне відображення процесу радіантного мислення людини; зручний інструмент для відображення процесу мислення і структурування навчальної інформації у візуальній формі [26, с.11].

Використання методу інтелект-карт в освітньому процесі має низку переваг: ефективний для використання в різних сферах життя (навчання, бізнес, постановка особистісних та професійних цілей, планування тощо); у різних формах навчальної діяльності студентів, як-от: індивідуальна, парна, групова; доповнює інші технології і методи навчання тощо. Окрім того завдяки використанню інтелект-карт забезпечується швидке опрацювання великого об'єму інформації, запам'ятовування навчального матеріалу, розвивається асоціативне мислення студентів тощо. У зв'язку з посиленням інтересу до даного методу фахівцями розроблено низку програм, інтернет-сервісів, додатків до смартфонів для створення інтелект-карт (Coogle, XMind, Freemind, Mind42 тощо). Оскільки сучасні студенти мають вільний доступ до інформаційних технологій, вони користувалися і переліченими програмами і самостійно створювали інтелект-карти на папері з допомогою кольорових маркерів, фломастерів, фліп-чатів тощо.

Погоджуємося з Т.Андрущенко щодо місця тренінгу в системі професійної підготовки майбутніх фахівців різних галузей. Дослідниця наголошує на ефективності тренінгу в процесі формування особистісних якостей, ключових та професійних компетентностей студентів і виокремлює індивідуальні й групові, короткострокові і довготривалі види тренінгів [4, с. 288]. С.Сисоева ототожнює тренінг з поняттям «навчальної гри» і зазначає, що під час тренінгів напрацьовуються і засвоюються поведінкові навички, інформація, ідеї, необхідні для виконання певного виду діяльності (в тому числі, професійної) [204, с.128]. Метод тренінгу передбачає реалізацію викладачем ролі тренера, який має достатній рівень компетентності в порушеній проблемі, стимулює генерування ідей, запитань та пошук відповідей, орієнтує учасників тренінгу на найбільше ефективне вирішення проблеми.

Вимоги до тренінгів наведено у науково-методичній літературі [4; 204]. С.Сисоевою розроблено методику проведення тренінгів у процесі роботи зі студентами, а саме:

- мотивування студентів до активної участі в тренінгу;
- формування певного рівня фахових знань;

- відпрацювання необхідних практичних професійно орієнтованих умінь і навичок;

- визначення форми контролю теоретичних знань, практичних умінь і навичок, здобутих у процесі роботи компетентностей;

- стимулювання студентів до подальшого професійного розвитку, поглиблення знань та удосконалення умінь і навичок [204, с.141].

Перед проведенням тренінгу необхідно спланувати конкретні методи та особливості їх поєднання задля досягнення поставлених цілей, як-от: демонстрація, презентація, міні-лекція, дискусія, індивідуальні завдання, ділові ігри, робота в групах, мозковий штурм та інші.

Тренінги доцільно застосовувати для формування у студентів навичок ефективного планування у підприємстві, зокрема, ознайомлення майбутніх фахівців з основними розділами бізнес-плану, а саме: резюме, загальний опис компанії, продукція і послуги, маркетинг-план, виробничий план, управління й організація, фінансовий план, оцінка ризиків, додатки тощо. У контексті порушеної проблеми тематичне спрямування бізнес-плану стосується форм підприємництва у сфері послуг і туризму.

Актуальність використання методу тренінгу в процесі професійної підготовки підтверджується тим, що в сучасній економіці, менеджменті й маркетингу дедалі більше уваги приділяється особистісному розвитку працівників різних галузей на різних етапах ділової кар'єри. Задля цього підприємства й організації залучають провідних тренерів, фахівців, психологів, коучів для проведення корпоративних тренінгів (управлінських, лідерських, кадрових, маркетингових тощо). Таким чином практика тренінгу в закладі вищої освіти забезпечує готовність випускників до участі в таких заходах під час професійної діяльності.

Формування професійно значущих умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, інтегрування теоретичних знань і потреб практики, узагальнення і систематизацію навчальної інформації здійснювали за допомогою проєктної діяльності, спрямованої на досягнення соціально значущої мети шляхом створення проєкту вирішення професійно орієнтованої проблеми. С.Сисоєва розробила

класифікацію освітніх проєктів за різними критеріями, а саме: за домінуючою діяльністю (дослідницький, творчий, пошуковий, рольовий, прикладний тощо), за предметно-змістовою галуззю знань (монопроєкт, міжпредметний проєкт), за характером координації проєкту (безпосередній, опосередкований), за кількістю учасників (особистісний, парний, груповий), за тривалістю виконання (короткостроковий, середньої тривалості, довготривалий) [204, с.122]. Задля досягнення успіху проєктної діяльності в процесі професійної підготовки доцільно використовувати різні типи проєктів залежно від поставлених цілей і можливостей.

Задля ефективного впровадження проєктних технологій в процес професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму спиралися на психологічні умови, як-от: емоційна захопленість проєктною діяльністю; добровільна участь у виконанні проєктного завдання (особливо для виконання групових проєктів); забезпечення балансу самоорганізації і спонтанності, творчості й регламентованості, раціональності та інтуїтивності в процесі інтелектуальної активності.

**Формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу.**

Формування професійно значущих особистісних якостей студентів спирається першочергово на їх власне самосприйняття, самооцінку, здатність до рефлексії і саморозвитку.

Рефлексійна діяльність особистості безпосередньо пов'язана з поняттям «саморегуляція», яку розуміють як «здатність індивіда виявляти психічну активність, спрямовану на керування своєю поведінкою, психічними процесами й станами для забезпечення адекватності власних дій та вчинків суб'єктивно значущим цілям і принципам, моральним вимогам, велінням обов'язку й сумління» [60, с.799].

У контексті зазначеного, сучасні науковці дедалі частіше звертають свою увагу на потенціал технологій самоменеджменту і самомаркетингу. Л.Зайверт, німецький дослідник, уперше використав поняття «самоменеджмент», трактував



його з акцентом на економію часу і вважав, що його сутність полягає в послідовному і цілеспрямованому використанні надійних методів свідомого використання людиною часу для оптимальної організації щоденної діяльності [64, с.18]. Ширше розуміння категорії наводять Аніта та Клаус Бішоф, а саме: це техніка, спрямована на постановку професійних цілей, здатності їх досягати, відповідно організовувати роботу, оптимально керувати часом, розвивати комунікативні навички й успішно співпрацювати з колегами [19, с.8].

Наукові розвідки вітчизняних учених переконують у тому, що сутність самоменеджменту полягає в: управлінні особистістю власною професійною діяльністю та своїм життям з метою використання найефективніших шляхів досягнення поставлених цілей, раціонального використання часу, ресурсів і можливостей [126, с.13]; самоорганізації, умінні керувати собою, часом, емоціями, вмінні володіти ситуацією, бути готовим до використання наявних можливостей, здатним діяти в умовах невизначеності [120, с.251].

Основними функціями самоменеджменту, на думку науковців, є: визначення цілей (професійних чи особистісних); планування; ухвалення рішень; реалізація і організація (створення умов для досягнення цілей); контроль (самоконтроль, коригування діяльності за потреби); інформація і комунікація (присутня у всіх функціях самоменеджменту) [19; 120; 126; 159; 166; 176; 241].

Водночас учені визначають дедалі більше напрямів самоменеджменту, як-от: особистісне зростання, інтелектуальний розвиток, професійне становлення, підтримка фізичного стану [120]; управління часом, стрес-менеджмент, кар'єрний менеджмент, менеджмент особистих обмежень, управління конфліктами, саморозвитком, комунікаціями, командний менеджмент, менеджмент справляння вражень, ресурс-менеджмент, лайф-менеджмент [126, с.16].

Такий широкий обсяг змісту даного поняття забезпечує використання потенціалу самоменеджменту в усіх сферах життя особистості й необхідність формування відповідних навичок у студентів. У публікаціях іноземних авторів до навичок самоменеджменту відносять стресостійкість, розумові здібності (механізм для прийняття правильних рішень), комунікативні навички, управління часом,

пам'ять, фізичні навантаження (здоров'я, спорт, позитивне самопочуття сприяють особистісній і професійній продуктивності) [260].

Л.Пермінова досліджує проблему формування навичок самоменеджменту в студентів і виокремлює психолого-педагогічні умови здійснення цього процесу під час проєктної діяльності, як-от: розуміння студентами мети, змісту і результатів навчальної діяльності; обговорення способів діяльності, виконуваних ролей, правил роботи в групах; наявність можливості коригувати процес діяльності [176]. Дослідниця також наголошує, що процес формування навичок самоменеджменту має здійснюватися поетапно, а саме: 1) самопізнання (психологічна культура, якості психіки, готовність до самопізнання, здатність до самоконтролю і саморегуляції); 2) саморозвиток (удосконалення позитивних якостей особистості, подолання негативних, усунення бар'єрів саморозвитку тощо); 3) раціональне використання часу (усвідомлення особистістю власної суб'єктності в пізнанні, діяльності, спілкуванні й відповідних розподіл ресурсів) [176, с.414].

Особливості використання тайм-менеджменту в туристичній індустрії досліджують Х.Плецан та А.Гаврилюк і розкривають його позитивний вплив на організацію професійної діяльності працівників і, зокрема, на комунікативні якості. Автори виокремлюють результати впровадження технік тайм-менеджменту та їх вплив на професійне становлення особистості, а саме: «здатність керувати собою; виокремлювати чіткі особисті цілі; планувати успішну комунікативну взаємодію; підвищувати професійний, особистісний, творчий потенціал; розвивати навички вирішення проблем; уникати стресів; поглиблювати винахідливість та інноваційність діяльності; проявляти високий рівень емоційної компетентності; впливати на співрозмовника; створювати передумови для делегування повноважень; необхідного ситуаційного вибору пріоритетів між особистим та професійним середовищем; виконання роботи з меншими витратами та ефективними результатами праці; раціональної організації професійної діяльності» [36].

Наведені рекомендації доцільно застосовувати під час використання різних педагогічних технологій, забезпечувати зворотний зв'язок у роботі зі студентами.

На думку науковців, механізми контролю та зворотного зв'язку у самоменеджменті передбачають:

- оцінку ступеня досягнення поставлених цілей;
- виявлення й аналіз перешкод на шляху до досягнення цілей;
- порівняння одержаних результатів із запланованими [126, с.24].

У змісті підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму самоменеджмент сприяє виявленню стану розвитку професійно значущих якостей студентів, визначенню шляхів їх удосконалення й можливостей оптимального використання особистісного потенціалу для професійної самореалізації. Стан розвитку професійно значущих якостей студентів визначали до допомогою опитування, психологічних тестувань, психолого-педагогічного спостереження й ознайомлення студентів з одержаними результатами. Удосконалення наведених якостей здійснювали з урахуванням індивідуальних особливостей, потреб, бажань, мотивів. А під час занять, проходження виробничої практики тощо було визначено, наскільки ці якості сприяють досягненню успіху чи, навпаки, заважають професійній та особистісній самореалізації.

В умовах ринкової економіки, високого рівня конкуренції зростає потреба не лише розвивати свої позитивні якості, а і вміти їх презентувати, використати з вигодою для себе і суспільства. В цьому аспекті актуальним є використання потенціалу самомаркетингу, спрямованого на організацію самореклами і вигідного уявлення про себе, своїх можливостей і навичок на ринку праці з метою викликати інтерес потенційного роботодавця [93, с.27]. Різні аспекти проблеми самомаркетингу особистості досліджують Л.Кицай, Н.Барна.

Самомаркетинг особистості в сучасних економічних умовах впливає на успішність її професійної самореалізації та конкурентоздатність на ринку праці. Л.Кицай зазначає, що «основними умовами маркетингової діяльності на ринку праці є: наявність покупця трудових послуг, конкуренція між суб'єктами ринку, мотивація у сфері зайнятості, прийняття індивідуального рішення щодо найму, вільне переміщення робочої сили, переміщення капіталу» [93, с.27]. Процес самомаркетингу, на думку науковця, містить низку елементів, а саме: оцінка

індивідуальних нахилів, здібностей, можливостей і бажань при виборі професії; пошук інформації щодо вакансій та можливостей на ринку праці; самомаркетинг; самоменеджмент; оформлення трудового договору (контракту); адаптація на підприємстві; побудова індивідуальної кар'єри [93, с.28].

У змісті самомаркетингу особистості вагоме місце належить особистісному іміджу. Н.Барна виокремлює низку компонентів особистісного іміджу, а саме: зовнішній вигляд (фізичні дані, костюм, зачіска, манера поведінки, мови, жести, погляд і міміка, голос, запах); іміджева символіка (ім'я, особисті символи, особиста атрибутика, символи престижу); соціально-рольові характеристики (репутація, ампула, легенда, місія); індивідуально-особистісні властивості (професійно-важливі якості, домінуючі індивідуальні характеристики, стиль стосунків із людьми, пропаговані ідеї, базові цінності) [11, с.132–133]. Перелічені ознаки можна спостерігати і усвідомлювати, однак деякі з них є зовнішніми (очевидними), а інші – внутрішніми (смыслотворчими).

Задля формування особистісного іміджу майбутніх фахівців сфери послуг і туризму доцільно ознайомити з основними етапами управління та створення особистісної концепції іміджу. Результати аналізу психолого-педагогічної наукової літератури [11; 25; 93] засвідчили наявність низки технік створення позитивного імідж-образу, з якими було ознайомлено студентів під час формувального етапу експерименту.

Отож, у процесі формування підприємницької культури студентів спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» необхідно враховувати вимоги сучасного ринку праці й використовувати засоби самомаркетингу для формування особистісного іміджу, конкурентоздатності та професійної самореалізації.

**Засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності**

Оскільки підприємницька культура реалізується у конкретному суспільстві, студентам слід усвідомити вплив етики та соціальних норм на підприємництво в

сфері послуг і туризму. В соціології соціальні норми розуміють як «засновані на цінностях правила поведінки, очікування і стандарти, які регулюють дії та вчинки людей, соціальних груп, зміцнюючи стабільність та єдність суспільства» [115, с.221].

У сучасній теорії і практиці підприємництва дедалі частіше зосереджується увага на проблемі етики і соціальної відповідальності. Такі норми не є законодавчо закріпленими, однак їх дотримання впливає на успішність ведення бізнесу в різних галузях і, зокрема, в туризмі та сфері послуг. За твердженням дослідників етика бізнесу є однією з моделей самоменеджменту та організації діяльності менеджера. У руслі порушеної проблеми слухним вважаємо ознайомлення студентів з принципами етики бізнесу, які виокремлює та інтерпретує В.Нетепчук. Учений вважає, що дотримання певних принципів обумовлює оригінальність, чіткість і зрозумілість етики підприємницької діяльності [159, с.180]. До таких принципів відносяться:

- *принцип економічної доцільності* передбачає, що прийняті рішення мають розвивати бізнес, а не шкодити йому. Зважаючи на те, що сфера послуг та туризму зорієнтована на клієнта, першочерговим є задоволення його потреб і запитів, а спроможність задовольнити ці запити залежать від фінансових можливостей підприємства;

- *принцип ситуативності* визначається інноваційною сутністю підприємництва та діяльністю в невизначеності умов. З цього приводу дослідники стверджують, що у світі бізнесу не існує універсальної системи етичних цінностей, оскільки вони є динамічними в часі й узалежнюються індивідуальними та культурними відмінностями споживачів послуг та й самих підприємців. Для досягнення успіху в бізнесі менеджер має бути гнучким, адаптивним, готовим до змін.

- *принцип індивідуальної відповідальності* забезпечує унормованість прав, можливостей і обов'язків учасників підприємницької діяльності. Механізмами забезпечення індивідуальної відповідальності є корпоративна культура підприємства, ієрархія влади, поділ праці, договори, контракти тощо.

Поряд з переліченими принципами в Україні набуває вагомості соціальна відповідальність підприємництва, характерна для економіки розвинених країн, про що свідчать результати низки наукових розвідок [2; 68; 108; 109; 132; 259]. Соціальну відповідальність підприємництва трактують як вільний вибір компанії та її практична діяльність в напрямі підвищення добробуту суспільства шляхом виділення корпоративних ресурсів [108]. В широкому розумінні така діяльність має бути спрямована на вирішення глобальних суспільних проблем (охорона природних ресурсів, взаємодія з громадою, благодійні проекти тощо). У діяльності українських підприємств найбільш поширеним є забезпечення безпеки і захисту здоров'я працівників та клієнтів. На нашу думку, під час формування соціально-етичного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму необхідно зосередити увагу студентів означених спеціальностей також на сутності, способах і механізмах соціальної відповідальності, оскільки така діяльність підвищує репутацію підприємства, сприяє формуванню поваги і довіри до його працівників і забезпечує вищий рівень конкурентоспроможності.

Специфіка підприємництва не завжди вписується у загальноприйняту систему соціальних норм, оскільки передбачає нестандартний підхід до вирішення проблем, творчість, самобутність, які не всі готові сприйняти. Натомість відповідність підприємницької поведінки морально-етичним нормам є незаперечною. Слушною є думка Ю.Білової про те, що морально-етичне ставлення особистості до підприємництва та підприємницьких цінностей (свобода вибору, самореалізація, ризикованість, чесність тощо) у професійній діяльності та повсякденному житті визначає стан емпатії в суб'єкт-суб'єктних міжособистісних відносинах і впливає на ставлення до оточуючого світу [20].

Засвоєння студентами спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» соціально-етичних норм підприємництва здійснювалася упродовж різних етапів формувального експерименту: контекстного наповнення навчальних дисциплін, впровадження спецкурсу, роботи наукового гуртка, виконання курсових проєктів тощо.

Як зазначають науковці, рівень культури усного ділового мовлення під час переговорів, у спілкуванні зі співробітниками, підлеглими, іншими людьми, безпосередньо впливає не лише на рівень ділового авторитету, а й сприяє успішності підприємницької діяльності [11, с.143]. Сфера послуг та туризму передбачає високий рівень спілкування, взаємодії, співпраці, оскільки орієнтована на задоволення потреб споживачів у відпочинку, оздоровлення, естетичних запитів тощо. Отож фахівці даної галузі повинні мати високий рівень комунікативних навичок, добре володіти усіма компонентами ділової розмови: грамотно, правильно висловлюватися, логічно викладати думки, створювати сприятливий психологічний мікроклімат, вміло оперувати мімікою і жестами і т.д.

Г.Шайхутдінова до комунікативних здібностей підприємців відносить контактність, готовність і вміння вирішувати конфліктні ситуації, вміння підбирати партнерів і йти проти течії. Соціальними характеристиками підприємців, на думку дослідниці є: ініціативність, організаторський талант, ділова культура, вміння організовувати та реорганізовувати соціально-економічні механізми, готовність до ризику тощо [242, с.18].

Задля формування соціально-етичного компоненту підприємницької культури та удосконалення комунікативних навичок майбутніх фахівців було проведено цикл тематичних тренінгів з проблем розвитку ефективної комунікації, ораторської майстерності та етики ділового спілкування.

На різних етапах формування підприємницької культури студентів, за рекомендацією дослідників [85], акцентували увагу на індивідуально орієнтованому стилі спілкування між педагогом і студентом, а також на партнерській міжособистісній комунікації в студентській групі. Реалізація означеного посилює індивідуалізацію фахового розвитку і, водночас, сприяє засвоєнню студентами і практикуванню етики ділового спілкування, налагодження партнерських взаємовідносин, розвиває вміння аргументовано і толерантно доводити власну думку, з повагою ставитися до інших.

## 2.2. Організаціо-педагогічна модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму

Багатоаспектність проблеми професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму зумовлює потребу системного теоретичного обґрунтування процесу формування підприємницької культури студентів означеного напрямку в освітньому процесі закладів вищої освіти. Як свідчать результати аналізу дисертаційних робіт, психолого-педагогічної, довідкової та методичної літератури, педагогічне моделювання є найбільш оптимальним методом для систематизації педагогічної теорії і практики. Моделювання називають єдиним систематизованим способом відтворення «варіантів майбутнього й визначення потенційних наслідків альтернативних рішень, що дає змогу об'єктивно їх порівнювати» [59, с.451]. Використання моделі у процесі педагогічних досліджень дозволяє упорядкувати інформацію про певне явище, наочно відтворити зміст окремих компонентів й увиразнити зв'язки між ними.

В енциклопедичному словнику моделювання визначається як метод дослідження об'єкта способом побудови та обґрунтування його моделі, використання суттєвих якостей об'єкта моделювання у пізнанні реальних систем, які недостатньо досліджені. Модель є системою, що створюється уявно або реалізується матеріально, відображаючи сам об'єкт дослідження, або відображає певні характеристики об'єкта з метою його дослідження [59, с.451]. С.Гончаренко вважає модель штучною системою елементів, яка з певною точністю відображає окремі властивості, сторони, зв'язки об'єкта дослідження [42, с.120].

Моделювання також розуміють як основну категорію пізнавального процесу, а всі інші методи дослідження на ньому ґрунтуються: у теоретичних відтворюються знакові чи абстрактні моделі, в експериментальних – предметні моделі [174, с. 323]. Водночас дослідники наголошують, що моделювання педагогічних систем дозволяє одержати інформацію про «минулий, теперішній і майбутній стан досліджуваного об'єкта чи явища, можливості та умови побудови, функціонування і розвитку педагогічних явищ» [217, с.11].



У педагогічній літературі деякі автори вважають, що процеси моделювання й проєктування мають багато спільних рис, оскільки за допомогою проєктування прогноуються можливості освітнього середовища, конструюються певні його якості, моделюються стратегії творення середовища, плануються заходи для реалізації цих стратегій [221, с.201; 25]. Натомість З.Рябова вказує на суттєву відмінність між моделюванням і проєктуванням, а саме: перше спирається на отримані в попередньому досвіді дані і перетворення їх з метою переосмислення, а друге орієнтовано на образ бажаного майбутнього з використанням принципово нових умов і показників. Однак у педагогічних дослідженнях «моделювання органічно пов'язане з педагогічним проєктуванням і є його часткою» [197].

Г.Цехмістрова уточнює, що моделювання є опосередкованим, непрямим методом наукового дослідження об'єктів пізнання. Таким чином досліджуваний об'єкт чи явище заміщується іншим, спеціально створеним – моделлю [239, с. 92]. Однак варто пам'ятати, що модель і оригінал не є тотожними, а подібними. Модель є аналогом досліджуваного об'єкта, відображає його якості, властивості, взаємозв'язки між компонентами у спрощеному, схематичному вигляді [102, с.70].

Педагогічне моделювання у руслі професійної підготовки фахівців для різних галузей може бути зорієнтовано на обґрунтування змісту освіти, виокремлення теоретичних, методичних та практичних основ навчання та виховання студентів у ЗВО, удосконалення управлінського компонента тощо. Вагомим чинником ефективності такого моделювання є урахування комплексного впливу і взаємообумовленості компонентів освітнього процесу на досліджуваний об'єкт чи явище, а саме: мети, завдань, теоретико-методологічних засад, відповідних методів, технологій, засобів та очікуваних результатів. Відповідно у змісті педагогічної моделі мають бути представлені перелічені компоненти й репрезентовано взаємозв'язки між ними. Аналіз науково-методичної літератури [102; 124; 217; 221] засвідчив, що моделі у педагогічних дослідженнях мають відповідати певним умовам, а саме:

- відображення істотних якостей досліджуваного явища чи об'єкта;
- інформативність моделі;

- здатність до заміщення об'єкта, який вивчається;
- збереження властивостей реального об'єкта;
- зручність використання моделі в освітній практиці;
- несуперечність іншим педагогічним об'єктам і явищам;
- наявність механізмів управління освітнім процесом через вплив на окремі компоненти.

Водночас, як стверджує Н.Мачинська, педагогічні моделі є складними системами і їх характерними ознаками є: неповнота (освіта завжди розвивається, удосконалюється відповідно до вимог сучасності); обмеженість (розглядається окремий аспект того чи іншого педагогічного явища); суб'єктивність (в моделі відображаються лише ті властивості, які автори вважають найбільш суттєвими); гіпотетичність (використання аналогій, спрощень, припущень) [140, с.243–244]. Погоджуємося з дослідницею в тому, що розробку педагогічної моделі доцільно розглядати як відкритий коригуючий процес, який має незмінну складову і варіативну, яка періодично оновлюється.

Аналіз наукової літератури засвідчив, що існує низка підходів до класифікації різновидів педагогічних моделей. С.Гончаренко розглядає моделювання з позиції педагогічного проєктування і виокремлює такі різновиди моделей: прогностична (для оптимального розподілу ресурсів і конкретизації цілей), концептуальна (інформаційна база даних і програма дій), інструментальна (підготовка засобів виконання і опанування викладачами навичок роботи з освітніми інструментами), модель моніторингу (створення механізмів зворотного зв'язку і способів коригування можливих відхилень), рефлексивна (призначена для вирішення несподіваних і непередбачуваних ситуацій) [42, с.122].

Узагальнення і систематизація теоретико-методологічних засад проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, специфіка організації професійної підготовки в означеній галузі, обґрунтування сутності процесу моделювання стали основою для розробки авторської організаційно-педагогічної моделі. Спираючись на вищезначені характеристики у виконаній дисертації поняття «організаційно-педагогічна модель» розуміємо як

теоретичну конструкцію, що графічно відтворює авторське розуміння інтегрування цілей, завдань, закономірностей, принципів, змісту та технології формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, передбачає діагностування рівня сформованості досліджуваної якості й забезпечує можливості впровадження розробленої моделі в освітній процес закладів вищої освіти.

Організаційно-педагогічна модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму є основою для реалізації освітнього процесу в ЗВО і відповідає встановленим вимогам [42; 45; 124; 140; 197; 217; 221; 239] до моделей такого типу. А саме:

- універсальність – модель може бути використана для професійної підготовки фахівців сфери послуг і туризму у будь-яких закладах вищої освіти України для формування їх підприємницької культури;

- гіпотетичність – під час розробки моделі використані аналогії й припущення щодо ймовірного впливу компонентів освітнього процесу на ефективність формування підприємницької культури студентів означеного профілю;

- відповідність моделі педагогічній дійсності – деталізовано компоненти освітнього процесу, показано їх взаємозалежності й зв'язки з урахуванням соціального замовлення, запитів ринку праці, сучасних реалій професійної підготовки, представлено організаційну структуру професійної підготовки майбутніх фахівців індустрії гостинності;

- педагогічна валідність – дотримання відповідності чинників та умов організації освітньої діяльності студентів спеціальностей «Готельно-ресторанна справа» і «Туризм» очікуваним результатам, а саме – сформованості їх підприємницької культури.

У науковій літературі виокремлюють етапи моделювання, як-от: «визначення завдання, побудова, перевірка на достовірність, застосування та оновлення» [59, с.451]; «постановка мети і вирішення освітньої проблеми, виокремлення основних компонентів освітньої системи та окреслення зв'язків між ними, абстрактне відтворення виокремлених компонентів, вибір способів зображення моделі та її

оформлення» [197]. Спираючись на означені підходи процес моделювання здійснювали поетапно.

На *першому етапі* досліджено сутність освітньої проблеми. Унаслідок вивчення стану професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах освіти України, аналізу освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів галузі 24 Сфера послуг, специфіки підприємництва в сучасній туристичній індустрії та сфері послуг виявлено потребу в цілеспрямованому формуванні підприємницької культури здобувачів освіти означеного профілю.

*Другий етап* передбачав визначення мети моделювання. Цілі побудови організаційно-педагогічної моделі полягають в увиразненні шляхів формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму освітньому процесі закладів вищої освіти України. Об'єктом моделювання визначено процес професійної підготовки майбутніх бакалаврів галузі 24 «Сфера обслуговування», а предметом – формування їх підприємницької культури.

*Третій етап* – безпосередня побудова моделі. Розроблена нами організаційно-педагогічна модель містить низку компонентів, які знаходяться у взаємозв'язку і взаємозалежності, а саме:

- цільова складова розкриває мету, завдання дослідження і чинники, які їх узалежнюють;

- теоретико-методологічна складова містить закономірності, методологічні підходи та принципи, які є концептуальною основою професійної підготовки майбутніх фахівців означеного профілю;

- проєктувально-організаційна складова забезпечує упорядкування технології формування підприємницької культури студентів шляхом узгодження педагогічних умов, змісту, форм, методів і засобів навчання;

- діагностико-результативна складова передбачає виявлення впливу розробленої технології на успішність формування компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, співставлення поставленої мети і одержаних результатів.

На *четвертому етапі* здійснено змістове наповнення компонентів організаційно-педагогічної моделі на основі систематизації теоретико-методологічних засад, вимог практики, компонентів, показників і критеріїв підприємницької культури студентів.

*П'ятий етап* – впровадження розробленої моделі в освітній процес закладів вищої освіти в межах формувального експерименту й коригування змісту окремих компонентів за потреби.

*Шостий етап* – систематизація, узагальнення та інтерпретація одержаних у процесі дослідження даних, формулювання висновків, оновлення й удосконалення організаційно-педагогічної моделі, а також представлення можливостей її використання педагогічній спільноті.

Таким чином розроблена модель відповідає критеріям системності (враховано взаємовплив різних чинників освітнього процесу на досліджуване явище) і послідовності (процес моделювання здійснювали поетапно). Організаційно-педагогічна модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму представлена на рисунку 2.1.

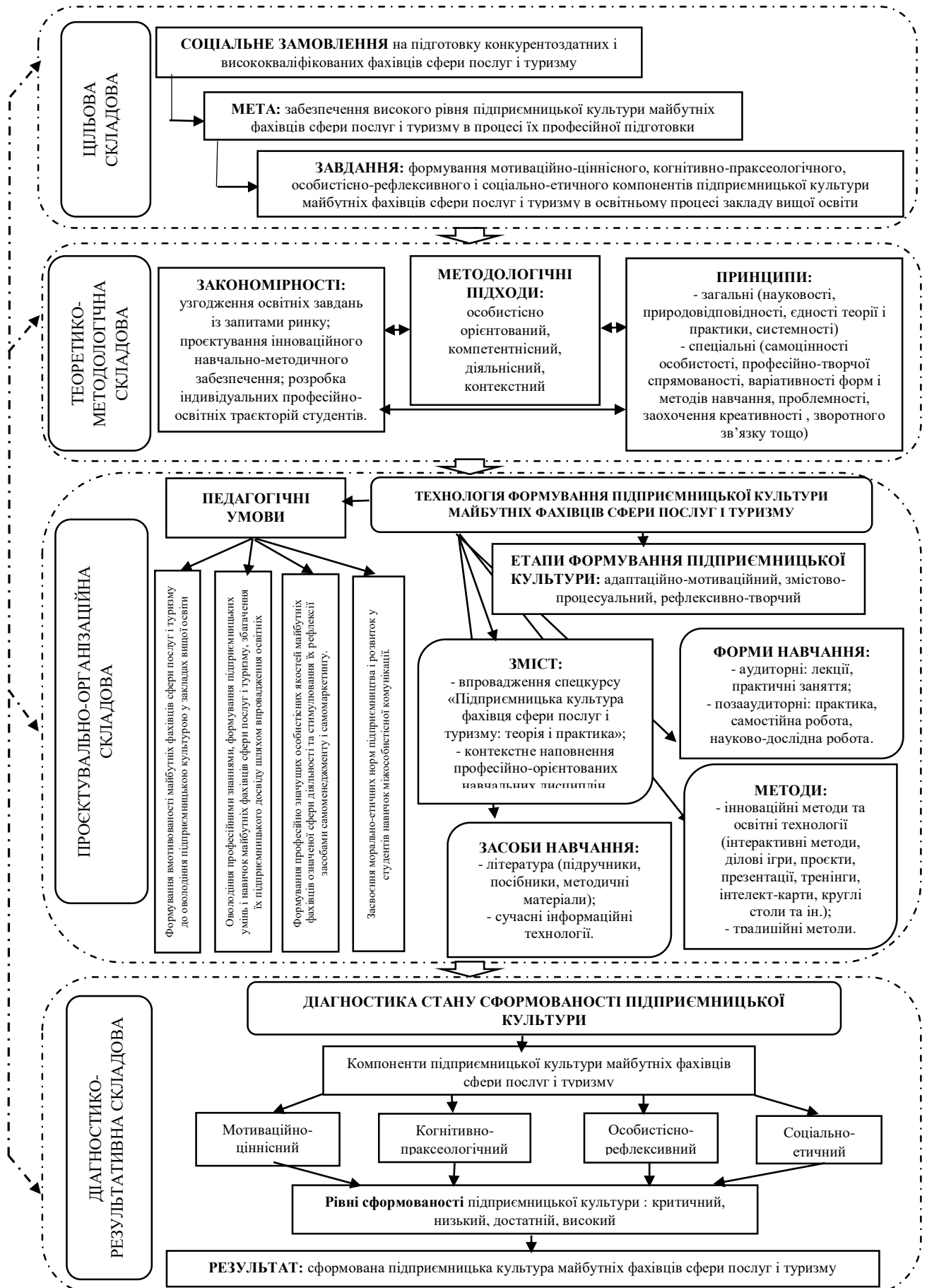


Рис. 2.1. Організаційно-педагогічна модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі ЗВО

Представимо докладний аналіз кожної складової розробленої моделі. *Цільова складова* відображає мету (забезпечення високого рівня підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в процесі їх професійної підготовки) і завдання (формування мотиваційно-ціннісного, когнітивно-праксеологічного, особистісно-рефлексивного і соціально-етичного компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі закладу вищої освіти), які є концептуальною основою для подальшої організації представленого дослідження. Підставою для формулювання мети і завдань стало соціальне замовлення на підготовку висококваліфікованих фахівців сфери послуг і туризму, здатних до продуктивної діяльності, творчих, цілеспрямованих. Професійна самореалізація фахівця в сучасному соціально-економічному просторі сфери послуг і туризму значною мірою залежить від його підприємницьких якостей загалом і, зокрема, від підприємницької культури особистості, яку необхідно формувати під час професійної підготовки.

У *теоретико-методологічній складовій* представлено закономірності, методологічні підходи та відповідні принципи організації освітнього процесу, схематично окреслено взаємодію і взаємозв'язок виокремлених компонентів. Закономірності забезпечують стабільність і цілісність освітнього процесу. У руслі формування підприємницької культури студентів закономірності ґрунтуються на результатах наукових розвідок, присвячених різним аспектам проблеми професійної підготовки майбутніх фахівців індустрії гостинності та тенденціях розвитку індустрії гостинності в Україні і світі. Такими закономірностями визначено:

- 1) узгодження освітніх завдань професійної підготовки з особливостями розвитку галузі і запитів ринку праці;
- 2) проєктування навчально-методичного забезпечення професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму з урахуванням сучасних тенденцій організації освітнього процесу в ЗВО;
- 3) моделювання освітніх траєкторій з урахуванням індивідуальних здібностей і потреб особистості.

Методологічні засади розв'язання порушеної проблеми увиразнено у відповідних підходах, які вважаємо найоптимальнішими для досягнення мети дослідження. Методологічні підходи обумовлюють загальну тактику і стратегію побудови процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а також забезпечують формування їх підприємницької культури. У руслі досліджуваної проблеми основними методологічними підходами визначено:

- особистісно орієнтований – зосереджує освітній процес на цінностях гуманізму, людиноцентризму, самоцінності кожної особистості; у професійній підготовці означений підхід забезпечує диференційований підхід до навчання і виховання; розробку індивідуальних освітніх траєкторій, формування особистісних якостей, розвиток творчого потенціалу майбутніх фахівців сфери послуг і туризму задля професійної самореалізації;

- компетентнісний – визначає якість і обсяг нормативно обумовлених професійних знань, умінь, навичок, цінностей, мотивів, якими має оволодіти майбутній фахівець і які забезпечать його здатність вирішувати професійні завдання, діяти в умовах невизначеності тощо; забезпечує конкретизацію результатів професійної підготовки;

- діяльнісний – активізує процес формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, зміщує акценти з накопичення знань на формування умінь і навичок та їх використання в навчально-професійній діяльності; передбачає використання активних форм і методів навчання, організацію групової роботи під час аудиторних занять; посилює вимоги до організації різних видів практики; стимулює творчість, новаторський підхід до вирішення професійних задач;

- контекстний підхід – забезпечує загальну професійну спрямованість освітнього процесу в закладі вищої освіти, оскільки передбачає наповнення навчальних дисциплін професійно значущими компонентами, що стимулює професійну мотивацію, ціннісне ставлення до майбутньої професії, розуміння її суспільної та особистісної значущості.



*Принципи* в педагогічній теорії і практиці розуміють як суттєві положення, які обумовлюють різні аспекти організації освітнього процесу. Слушною вважаємо думку В. Андрійчука про те, що принципи в процесі наукового пізнання визначають спрямованість руху до істини [3, с.91]. Відповідно, принципи ґрунтуються на загальних вимогах до організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму у ЗВО, враховують методологічні підходи і передбачають формування підприємницької культури в цьому процесі.

За результатами аналізу наукової літератури [3; 6; 34; 42; 102; 105; 232; 243] виявлено, що відсутній єдиний підхід до виокремлення дидактичних принципів організації професійної підготовки. До загальних дидактичних принципів, зазвичай, відносять принципи науковості, природовідповідності, єдності теорії і практики, системності та ін.). Спеціальними вважаємо принципи організації освітнього процесу зорієнтовані на досягнення поставленої у дослідженні мети – формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а саме: самоцінності особистості, професійно-творчої спрямованості, варіативності форм і методів навчання, проблемності, заохочення креативності, зворотного зв'язку тощо. Виокремлювали означені принципи у відповідності з методологічними підходами. Схарактеризуємо детальніше загальні і спеціальні освітні принципи в руслі порушеної в дисертації проблеми.

Загальні принципи:

- *Науковості* – передбачає відповідність предметного змісту освітнього процесу науково обґрунтованим законам розвитку економіки, менеджменту, маркетингу в сфері послуг і туризму, опертя на закони розвитку підприємництва у галузі, урахування педагогічних і методичних закономірностей у процесі формування підприємницької культури студентів означеного напрямку тощо.

- *Природовідповідності* – обумовлює побудову освітнього процесу з опертям на психолого-педагогічні особливості та вікові закономірності засвоєння знань, умінь, навичок студентами, урахування їх попереднього досвіду.

- *Єдності теорії і практики* – професійна підготовка в закладах вищої освіти передбачає засвоєння сукупності теоретичних знань, однак їх цінність для

майбутнього фахівця підтверджується можливостями використання цих знань для розв'язання професійних завдань. Предметний теоретичний зміст навчання ґрунтується на потребах практики здійснення підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму. Зауважимо, що теоретичний зміст потребує систематичного перегляду і коригування з огляду на тенденції соціально-економічного розвитку суспільства, країни і потреб регіону, що здійснює вагомий вплив на підприємництво.

- *Системності* – враховуємо у трьох аспектах: перший – розуміння досліджуваного педагогічного явища як системи взаємопов'язаних підсистем (підприємницька культура майбутнього фахівця містить мотиваційно-ціннісний, особистісно-рефлексивний, когнітивно-праксеологічний та соціально-етичний компоненти); другий – власне підприємницька культура особистості є складовою загальної професійної компетентності, що має враховуватися під час організації цілеспрямованого процесу її формування; третій – зв'язок і взаємозалежність педагогічних впливів, спрямованих на досягнення поставленої мети.

Спеціальні принципи:

- *Самоцінності особистості* – обумовлює особливості побудови освітнього процесу з визнанням цінності кожної особистості, побудови гуманних взаємостосунків між викладачами і студентами на демократичних засадах, толерантності і поваги до кожного учасника освітнього процесу, формування самостійності, урахування здібностей, творчих можливостей студентів. Партнерські взаємовідносини між учасниками освітнього процесу впливають на засвоєння досвіду ділової комунікації, який у майбутньому фахівці сфери послуг і туризму зможуть зреалізувати з партнерами, співробітниками, клієнтами та ін.

- *Професійно-творчої спрямованості* – виокремлюється у руслі компетентнісного підходу, забезпечує зорієнтованість освітнього процесу не лише на формуванні компетентностей, а й на творчому їх застосуванні в процесі навчально-професійної діяльності. Професійно-творча спрямованість навчання реалізується під час використання кейс-методів, проєктних та тренінгових

технологій, спрямованих на удосконалення професійно значущих якостей, творчого підходу до вирішення професійних завдань.

- *Варіативності форм і методів навчання* – передбачає оптимальне поєднання традиційних та інноваційних методів і технологій у процесі навчання, а також інтеграцію організаційних форм навчання студентів (фронтальної, групової, індивідуальної). Водночас забезпечуються індивідуальний та диференційований підходи до навчання, оскільки з'являється можливість добирати форми, методи, прийоми навчання залежно від особистісних потреб та навчальних можливостей студентів. Таким чином забезпечується комплексність педагогічних впливів, викладачам надаються можливості для коригування форм, методів та прийомів навчання.

- *Проблемності змісту і процесу навчання* – визначає стратегію засвоєння навчально-професійного змісту шляхом створення і розв'язування проблемних ситуацій. Таким чином відбувається переорієнтація освітнього процесу з накопичення інформації на її критичне осмислення, розуміння і усвідомлення можливостей її застосування в майбутній професійній діяльності. Для майбутніх фахівців сфери послуг і туризму навички критичного й аналітичного мислення, які формується унаслідок проблемності змісту навчання, необхідні для визначення економічно привабливих і перспективних напрямів індустрії гостинності.

- *Заохочення новаторства* – виявляється у наданні студентам можливостей творчого, нетрадиційного вирішення професійно орієнтованих завдань. Оскільки сфера послуг та туризму характеризується швидкими темпами розвитку, а підприємництво в означеній галузі потребує нових підходів, у професійній підготовці необхідно передбачити формування у студентів нестандартного вирішення завдань. Значний потенціал для стимулювання новаторства мають інтерактивні методи навчання, наприклад, «мозковий штурм» зорієнтований на вільне генерування ідей, надання можливостей для висловлювання різних позицій. Інноваційність і новаторство розвиваються також під час розробки бізнес-проектів у процесі фахової підготовки.

Перелічені принципи є взаємопов'язаними і взаємообумовленими, впливають як на формування підприємницької культури, так і на професійну компетентність майбутніх фахівців сфери послуг і туризму загалом. Наведені принципи доповнюються такими як послідовність, індивідуальна зацікавленість, суб'єкт-суб'єктних взаємовідносин, стимулювання самостійної пізнавальної діяльності, послідовного моделювання в процесі навчання умов, змісту і ситуацій майбутньої професійної діяльності тощо. Вважаємо недоцільним надавати їх докладну характеристику, оскільки в багатьох аспектах представлені принципи враховуються в процесі формування підприємницької культури студентів, а їх зміст частково збігається зі змістом вище наведених.

*Проектувально-організаційна складова* забезпечує системний підхід до технології формування підприємницької культури студентів спеціальностей «Готельно-ресторанна справа» і «Туризм», оскільки в процесі експериментальної роботи реалізується взаємозалежність таких компонентів як педагогічні умови, зміст, форми, методи і засоби навчання. Розроблена технологія реалізується поетапно, з урахуванням принципів послідовності і наступності.

На основі аналізу наукової літератури виявлено, що логіка формування підприємницької культури студентів передбачає рух від усвідомлення майбутніми фахівцями значущості проблеми, формування мотивації, накопичення інформації та способів її обробки, формування практичних умінь і навичок до рефлексивно-творчого їх застосування в навчально-професійній діяльності. Відповідно процес формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму умовно поділяємо на такі етапи: адаптаційно-мотиваційний, змістово-процесуальний, рефлексивно-творчий.

На *адаптаційно-мотиваційному етапі* (I курс) здійснювалася загальна адаптація студентів до умов навчання у закладі вищої освіти. У дослідженні ми спиралися на ідеї А.Віндюка про те, що на початковому етапі доцільно залучити студентів до оволодіння методикою навчання у закладах вищої освіти, розвивати способи навчальної діяльності для підвищення продуктивності [35, с.169–170].

У руслі порушеної проблеми формували мотивацію майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до підприємницької діяльності в індустрії гостинності та стимулювали усвідомлення ними потреби розвитку підприємницької культури. Означений процес здійснювали під час контекстного наповнення окремих змістових модулів дисциплін навчального плану циклів загальної та професійної підготовки. Наприклад, вивчення на першому курсі дисципліни «Вступ до фаху та основи наукових досліджень» сприяло оволодінню студентами способами навчальної діяльності в умовах ЗВО і, водночас, дозволяє ознайомити майбутніх фахівців з місцем підприємництва у сфері послуг і туризму. Доречним і ефективним у цьому випадку вважаємо залучення магістрантів I і II курсів до участі у круглому столі на тему «Моя професія: реалії і перспективи», оскільки більшість магістрантів працевлаштована або має певний досвід роботи в індустрії гостинності.

*Змістово-процесуальний* етап (II-III курси) реалізації моделі визначав динаміку засвоєння студентами професійних знань, розвиток підприємницьких умінь і навичок, формування відповідних компетентностей, які забезпечують успішне здійснення підприємницької діяльності в означеній галузі під час різних видів практики та безпосередньої професійної діяльності. Поглиблюючи знання, надавали студентам можливості їх застосування в аудиторній роботі шляхом використання активних форм методів та технологій. Таким чином реалізувалися принципи поєднання теорії з практикою та міжпредметних зав'язків.

На даному етапі здійснювали впровадження спеціального курсу «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика», спрямованого на формування у студентів уявлення про сутність поняття «підприємницька культура» та системи знань про специфіку реалізації підприємницької культури в індустрії гостинності, розвиток уміння створювати й реалізовувати бізнес-проекти в означеній індустрії, формування навички для організації діяльності підприємств індустрії, сприяння удосконаленню професійної компетентності майбутніх фахівців. У рамках компетентнісного підходу визначено результати вивчення спецкурсу і конкретизовано компетентності, якими мають

опанувати студенти, а саме: соціально-особистісні, загально-наукові, інструментальні та професійні.

Під час проходження різних видів практик засвоєні теоретичні знання студенти застосовують для розв'язання професійних завдань і таким чином оволодівають первинним професійним досвідом, удосконалюють набуті уміння і навички, продовжують розвивати професійно значущі особистісні якості. Відповідно до наскрізної програми [94] майбутні бакалаври спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» проходять виробничі практики на другому, третьому і четвертому курсах. У руслі досліджуваної проблеми програми виробничих практик доповнено індивідуальними завданнями для студентів співвідносно з етапами розробленої технології. Наприклад, на другому курсі (IV семестр) (змістово-процесуальний етап) для студентів спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» пропонували завдання дослідити шляхи просування й реалізації туристичного або готельно-ресторанного продукту бази практики в умовах ринкової економіки та високого рівня конкуренції в індустрії.

*Рефлексивно-творчий етап* (III-IV курси) передбачав формування у майбутніх фахівців творчого підходу до вирішення професійних завдань, усвідомлення рівня власної компетентності, готовності до здійснення підприємницької діяльності в туристичній галузі та сфері послуг і, водночас, аналіз можливих труднощів, стимулювання потреби розвивати власну кваліфікацію, поповнювати знання, удосконалювати уміння і навички упродовж життя, а не лише під час освітнього у закладі вищої освіти. Такий підхід відповідає потребам часу і є основою для збереження конкурентоздатності фахівців в умовах ринкової економіки.

Перелічені етапи співвідносяться з *педагогічними умовами*, сформульованими на основі систематизації результатів наукових досліджень, потреб ринку праці й урахування реалій ринкової економіки в туристичній галузі та індустрії гостинності. Педагогічними умовами ефективного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму визначено: формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України; оволодіння

професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій; формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу; засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності.

На наше переконання, вагоме значення для успішного впровадження розробленої організаційно-педагогічної моделі в освітній процес має середовище закладу вищої освіти загалом, і стиль взаємовідносин викладачів і студентів, зокрема. В атмосфері розуміння, партнерських стосунків підвищується ефективність професійної діяльності, забезпечуються умови для творчості та розвитку усіх учасників освітнього процесу. Зміст педагогічних умов докладно описано в підрозділі 2.1.

Обґрунтування змісту, форм, методів і засобів навчання відповідає технології формування підприємницької культури студентів, співвідноситься із наведеними етапами, педагогічними умовами, а також теоретико-методологічними засадами (закономірностями, підходами і принципами). Таким чином забезпечується цілісність, системність і ґрунтовність процесу означеного процесу. *Зміст* професійної підготовки є одним із провідних компонентів в організації освітнього процесу у ЗВО і відображається у навчальних планах, робочих програмах дисциплін та програмах організації практики відповідно до спеціальності. Доповнення змісту в руслі досліджуваної проблеми здійснювали шляхом впровадження контекстного підходу під час вивчення циклів навчальних дисциплін загальної («Історія України» та «Ділова іноземна мова») та професійної («Вступ до фаху та організація наукових досліджень», «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства», «Інноваційні технології в ГРС», «Рекреаційні комплекси світу», «Організація туристичних послуг», «Культурно-пізнавальний туризм») підготовки, а також впровадження спеціальної

вибіркової навчальної дисципліни «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика» (додаток В).

Засвоєння студентами змісту професійної підготовки та формування підприємницької культури здійснювалося через форми, методи і засоби навчання. Оскільки існує низка підходів до класифікації *форм* навчання в закладах вищої освіти, ми спиралися на зовнішнє вираження способів організації освітнього процесу. Таким чином виокремлено аудиторні (лекції, практичні заняття) та позааудиторні (практика, самостійна робота, науково-дослідна робота) форми навчання. Однак в процесі експериментального дослідження традиційні аудиторні форми навчання поєднували з інноваційними, як-от: проблемна лекція, інтерактивна лекція, лекція-диспут, семінар-тренінг, практичне заняття з використанням інтерактивних технологій, методу проєктів, кейс-методів тощо. Позааудиторними формами освітньої діяльності було визначено організацію практики, написання курсових робіт, самостійна робота, участь у конференціях, членство у студентських проблемних групах тощо.

Як відомо, ефективність освітнього процесу значною мірою залежить від застосованих методів. У затвердженому стандарті вищої освіти за рівнем бакалавра спеціальності 242 – Туризм надано рекомендації щодо методів, які доцільно застосовувати для професійної підготовки фахівців означеного рівня і спеціальності, а саме: загально- та спеціальнонаукові методи: географічні, економічні, соціологічні, психологічні, інформаційні, методи туристичного обслуговування (технологічно-виробничі, інтерактивні, сервісні) [216]. Оскільки для підготовки бакалаврів спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа не розроблено стандартів під час дослідження користувалися наведеними методами. Окрім зазначених, у процесі формування підприємницької культури використовували інноваційні методи та освітні технології, як-от: ділові ігри, проєкти, презентації, тренінги, інтелект-карти, круглі столи та ін. Для забезпечення цілісності освітнього процесу нами було використано низку засобів навчання, серед яких навчально-методична література (підручники, посібники, методичні матеріали) та сучасні інформаційні технології (програми Microsoft Office, сервіси



Google, віртуальні академії (Google Scholar та Prometheus), віртуальні додатки для створення інтелект-карт (MindMeister, MindMup), мобільні додатки для експрес-опитування (Google форми, Kahoot!) та ін.). Перелічені засоби дозволили технологізувати процес професійної підготовки і розвивати у студентів навички використання сучасних інформаційних технологій для різних потреб. Докладний аналіз використовуваних у процесі дослідження форм, методів, технологій і засобів навчання представлено у підрозділі 3.2, який присвячений процедурі проведення формувального експерименту.

Результати впровадження технології поетапного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в процесі їх професійної підготовки відображено у змісті *діагностико-результативної складової* авторської моделі. На цьому етапі здійснювали діагностику рівнів розвитку кожного з компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців, як-от: мотиваційно-ціннісного, особистісно-рефлексивного, когнітивно-праксеологічного та соціально-етичного. Для об'єктивної діагностики використовували низку психологічних методик, опитування й аналіз навчальних досягнень студентів, залучених до експериментальної роботи, психолого-педагогічне спостереження тощо. Діагностико-результативна складова забезпечує визначення вихідного стану розвитку підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, здійснення моніторингу щодо зміни показників і рівнів підприємницької культури упродовж проведення формувального експерименту, оцінювання його результатів та окреслення перспектив щодо подальшого розвитку підприємницької культури фахівців відповідно до потреб ринку і суспільства загалом.

Таким чином, розроблена організаційно-педагогічна модель відповідає вимогам системності, діагностичності і передбачає прогнозування можливості її впровадження у змінених умовах залежно від суспільного запиту на фахівців сфери послуг і туризму з розвинутою підприємницькою культурою.

Результати аналізу теоретичних і практичних аспектів проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму засвідчили,

що значний вплив на процес професійної підготовки здійснюють педагогічні умови. Як педагогічна категорія умови акумулюють закономірності, принципи, форми, методи і засоби навчання для досягнення певної мети і вирішення завдань дослідження. Було визначено, що педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму – це сукупність зовнішніх і внутрішніх чинників, які поєднують спеціально змодельовані і взаємообумовлені зміст, форми, методи, прийоми і засоби освітньої діяльності, спрямовані на формування компонентів підприємницької культури студентів означеного профілю в педагогічному процесі закладів вищої освіти.

Відтак було виокремлено чотири педагогічні умови, спрямовані на успішне формування підприємницької культури студентів спеціальностей 242 – Туризм та 241 – Готельно-ресторанна справа, а саме:

1) формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України. Умотивованість та ціннісне ставлення до майбутньої професії забезпечують методи стимулювання пізнавального інтересу, розуміння студентами значимості навчання, формування обов'язку і відповідальності, психологічного впливу викладача, методи подолання перешкод.

2) оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій. Тут здійснюється інтеграція теоретичного та практичного компонентів професійної підготовки. Реалізували цю педагогічну умову шляхом впровадження вибіркової навчальної дисципліни «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика», активного використання інноваційних технологій і методів, доповнення програм практик індивідуальними завданнями.

3) формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу. Оскільки підприємницька діяльність має свою специфіку, не кожен може її здійснювати. Відповідно і зміст підприємницької

культури передбачає володіння особистістю низкою професійно значущих якостей, як-от: комунікативність, клієнтоорієнтованість, інноваційність, креативність, організаційні здібності, здатність до ризику. Формування перелічених якостей і їх подальший розвиток забезпечують технології самоменеджменту й самомаркетингу, спрямовані на виявлення, презентацію особистістю своїх позитивних якостей з вигодою для себе та суспільства.

4) засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності. Для реалізації наведено педагогічної умови проводилися тренінги з проблем розвитку ефективної комунікації, ораторської майстерності та етики ділового спілкування. Водночас практикували індивідуально орієнтований стиль спілкування між викладачем і студентом, партнерські взаємовідносини на засадах демократії, толерантності, взаємної відповідальності.

Необхідність системного науково обґрунтованого підходу до вирішення означеної проблеми зумовили потребу в розробці організаційно-педагогічної моделі. Компонентами моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму визначено цільову, теоретико-методологічну, проєктувально-організаційну та діагностико-результативну складові.

Цільова складова спрямована на досягнення мети і поставлених завдань – формування компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі ЗВО з урахуванням соціального замовлення на підготовку висококваліфікованих, конкурентоздатних фахівців індустрії гостинності. Цільова складова моделі безпосередньо пов'язана діагностико-результативною, яка містить критерії, показники, рівні розвитку підприємницької культури. Завдяки діагностичному інструментарію можна визначити успішність впровадження моделі та її ефективність загалом.

Закономірності, методологічні підходи та принципи є елементами теоретико-методологічної складової моделі, яка визначає загальну стратегію побудови освітнього процесу для досягнення поставленої мети.

Ключовим поняттям проєктувально-організаційної складової моделі є технологія формування підприємницької культури студентів, яка здійснюється поетапно (адаптаційно-мотиваційний, змістово-процесуальний, рефлексивно-творчий етапи), спирається на виокремлені педагогічні умови та суголосні з ними зміст, форми, методи і засоби навчання.

Таким чином, розроблена організаційно-педагогічна модель є цілісною, науково обґрунтованою, універсальною та гнучкою, оскільки може застосовуватися у закладах вищої освіти України для формування підприємницької культури фахівців означеного профілю і передбачає часткове коригування змісту у зв'язку потребами соціуму та ринку послуг і туризму.

### **РОЗДІЛ 3. Дослідно-експериментальна перевірка ефективності педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти**

#### **3.1. Діагностика стану підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму**

У процесі розв'язання проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму було організовано педагогічний експеримент. Теоретико-методологічною основою стали положення про специфіку організації педагогічних експериментальних досліджень В.Андрейчука, С.Гончаренка, О.Дубасенюк, Н.Кушнарєнка, С.Сисоєвої, В.Шейка та ін.

Експеримент розуміють як метод наукового пізнання, що полягає в цілеспрямованому вивченні будь-якого явища дійсності в контрольованих і керованих умовах [113, с.32]. В.Шейко та Н.Кушнарєнко вважають, що експеримент як метод дослідження пов'язаний з активним і цілеспрямованим втручанням дослідника в природні умови існування предметів і явищ або створенням штучних умов, необхідних для виявлення його відповідної властивості [243, с.78]. Слушним є положення С.Гончаренка про те, що педагогічний експеримент дає можливість одержати нові знання про причинно-наслідкові відношення між педагогічними факторами, умовами, процесами маніпулюючи одним або декількома чинниками фіксуючи зміни у поведінці об'єкта дослідження чи системи, яка вивчається [42, с.174].

Розглядаючи проблеми методології наукових досліджень, В. Андрейчук наголошує на тому, що «принципи філософського рівня і загальнонаукові методологічні принципи повинні братися до уваги при здійсненні будь-яких наукових досліджень незалежно від того, яку саме науку вони репрезентують» [3, с.92]. У даному контексті дослідники [3; 37; 65; 102] виокремлюють фундаментальні філософські принципи (загального розвитку, єдності і боротьби протилежностей, трансформація кількісних змін у якісні, діалектичного

заперечення та ін.) та загальнонаукові методологічні принципи (об'єктивності, доказовості, системності, ефективності, історичності тощо). Опертя на перелічені філософські та методологічні принципи зумовило різноаспектний аналіз порушеної проблеми, урахування об'єктивних законів розвитку і функціонування педагогічних систем, забезпечило орієнтацію на удосконалення процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму і забезпечення ефективності формування їх підприємницької культури.

Основою для організації експериментального дослідження проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі ЗВО стали принципи, виокремлені в науковій літературі. За словами О.Джеджули, об'єктивність педагогічного експерименту забезпечують відсутність впливу дослідника на освітній процес, однакові умови діагностування, спільні критерії, засоби і процедури обробки результатів [224]. Перелічені положення визначили загальну стратегію експериментальної роботи.

Логіка побудови експерименту передбачала: конкретизацію етапів, виявлення рівня підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму відповідно до виокремлених критеріїв і показників, впровадження й апробацію організаційно-педагогічної моделі в процесі професійної підготовки здобувачів освітнього рівня бакалавра за спеціальностями 242 «Туризм» і 241 «Готельно-ресторанна справа», використання статичних методів для обробки отриманих результатів та їх аналіз.

Методику проведення експерименту С.Важинський та Т.Щербак розуміють як сукупність обдуманих і фізичних операцій, здійснюваних у визначеній послідовності задля досягнення поставленої мети [28, с.98]. Дослідники зазначають, що програма експерименту містить такі етапи: мета і завдання експерименту; вибір змінних чинників; визначення кількості дій та послідовності зміни чинників; вибір кроку зміни факторів, визначення інтервалів між майбутніми експериментальними точками; обґрунтування вибору засобів для вимірювання; опис проведення експерименту; обґрунтування вибору способів оброблення та аналізу результатів експерименту [28, с.99]. Докладну структуру експерименту

наводять В.Шейко та Н.Кушнаренко. Дослідники вважають, що складовими експерименту є:

- гіпотеза, яка передбачає формулювання предмета експериментального дослідження;
- розробка програми експериментального дослідження (обґрунтування методики й розробка плану створення експериментальних ситуацій);
- реалізація програми (безпосереднє створення експериментальної ситуації, спостереження і контроль);
- аналіз результатів (отримання сумарного результату, його факторний аналіз, оцінка реального і пізнавального результатів) [243, с.102].

Специфіка педагогічного експерименту врахована Г.Лаврентьевою та М.Шишкіною. Дослідниці виокремили такі етапи: підготовчий, власне дослідницький (констатувальний, формувальний і контрольний), обробка даних дослідження, інтерпретація результатів та формулювання висновків, впровадження в освітній процес одержаних результатів [117, с.10]. Таким чином, безпосередньо перевірку результативності процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму здійснювали шляхом організації констатувального, формувального етапів експерименту та контрольного зрізу. Докладно етапи організації дослідження порушеної проблеми наведено таблиці 3.1.

*Таблиця 3.1.*

**Організація експериментального дослідження педагогічних умов  
формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і  
туризму**

<b>Етап</b>	<b>Мета</b>	<b>Зміст проведеної роботи</b>
<b>Підготовчий 2015 – 2016 н. рр.</b>	Визначення теоретико-методологічних засад формування підприємницької культури майбутніх	Аналіз нормативно-правової документації та наукових джерел з питань організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти в Україні дозволив довести актуальність порушеної проблеми і виявити наявний стан проблеми формування в студентів індустрії гостинності якостей підприємницької культури

	фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі ЗВО	<p>Узагальнення й систематизація наукової психолого-педагогічної літератури забезпечили конкретизацію змісту, сутності і структури ключових понять дослідження, як-от: підприємницька культура, професійна підготовка майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, професійно значущі якості фахівців сфери послуг і туризму</p> <p>Обґрунтування теоретичних і методичних засад формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму здійснювали шляхом виокремлення закономірностей професійної підготовки студентів індустрії гостинності, пошуку сучасних актуальних методологічних підходів та обумовлених ними принципів.</p>
<b>Творчо-пошуковий 2016 – 2017 н. рр.</b>	Розробка методичних та психолого-педагогічних шляхів розв’язання проблеми, порушеної в дисертації	<p>Виокремлення і обґрунтування педагогічних умов ефективного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в освітньому процесі сучасних закладів вищої освіти України</p> <p>Побудова організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму шляхом використання методів абстрагування, формалізації, схематизації та моделювання</p>
<b>Дослідницький 2017 – 2019 н. рр.</b>	Діагностика початкового рівня підприємницької культури студентів спеціальностей й 241 «Сфера обслуговування», 242 «Туризм»	<p>Виявлення стану і діагностика труднощів процесу професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в сучасних закладах вищої освіти України, визначення початкового рівня сформованості підприємницької культури студентів означених спеціальностей шляхом проведення констатувального експерименту, анкетування, тестування студентів і викладачів, бесіди з учасниками освітнього процесу; психолого-педагогічні спостереження.</p> <p>Виокремлення контрольних та експериментальних груп.</p>



	Впровадження в освітній процес закладу вищої освіти розробленої організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму	Апробація організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в процесі їх професійної підготовки, перевірка виокремлених педагогічних умов і впровадження авторського спецкурсу «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика» шляхом організації формувального експерименту.
<b>Аналітико-інтерпретаційний 2018 – 2019 н. рр.</b>	Оцінка ефективності розробленої організаційно-педагогічної моделі	Виявлення рівня підприємницької культури студентів після проведеного експерименту шляхом здійснення контрольного зрізу. Застосування методів аналізу, узагальнення, систематизації, порівняння, інтерпретації та методів математичної статистики для формулювання висновків щодо ефективності розробленої моделі.

Результати підготовчого і творчо-пошукового етапів експериментального дослідження наведені у попередніх розділах дисертаційної роботи. На перших двох етапах було докладно проаналізовано психолого-педагогічні наукові розвідки, опрацьовано методичну літературу з порушеної проблеми, нормативно-правову документацію з організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Формулювання цільових орієнтирів дослідницького та аналітико-інтерпретаційного етапів експерименту зумовлене їх специфікою. А саме: мета констатувального етапу полягала у виявленні ставлення менеджерів підприємств сфери послуг і туризму та студентів відповідних спеціальностей до проблеми формування підприємницької культури фахівців галузі, діагностиці й порівнянні рівнів сформованості компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців

сфери послуг і туризму на початку наприкінці експериментальної роботи. Мета формувального етапу експерименту – використання в процесі професійної підготовки розробленої моделі процесу формування підприємницької культури студентів означених спеціальностей, а відтак: впровадження педагогічних умов, відповідних змісту, форм, методів і засобів освітнього процесу.

Системність, адекватність, ґрунтовність і надійність експериментального дослідження забезпечував комплекс методів наукового пошуку. На різних етапах дослідження було використано такі методи як педагогічне спостереження (пряме і включене), опитування, тестування, аналіз продуктів діяльності (виконання творчих завдань, розробка проєктів, бізнес-планів тощо), метод експертних оцінок, методи математичної статистики тощо. Зміст використаних методів охоплював усі прояви компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Докладний аналіз психолого-педагогічного діагностичного інструментарію, використаного на констатувальному етапі експерименту наведено у Додатку Д.

Дослідно-експериментальну роботу проводили на базі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. До участі в експериментальній роботі було залучено викладачів і студентів зазначених закладів вищої освіти, а саме: 492 здобувачів освітнього рівня «бакалавр» за спеціальностями 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм» денної і заочної форм навчання. До констатувального етапу експериментальної роботи було також залучено 87 менеджерів підприємств сфери послуг і туризму.

Розглянемо докладно особливості організації констатувального експерименту. Мета цього етапу дослідження – виявлення стану проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти України.

Задля досягнення поставленої мети виявили ставлення менеджерів підприємств сфери послуг і туризму та студентів-випускників відповідних спеціальностей до проблеми формування підприємницької культури фахівців галузі, діагностували рівень сформованості компонентів підприємницької культури здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм».

На цьому етапі експериментального дослідження було використано низку методів, а саме: анкетування, бесіди з менеджерами та студентами 4 курсів означених спеціальностей для виявлення якості процесу формування підприємницької культури студентів у процесі їх професійної підготовки. Анкетування було проведено серед 286 здобувачів освіти 4 курсів денної і заочної форм за спеціальностями навчання закладів вищої світи, охоплених експериментальною роботою, а також 87 менеджерів та підприємців, які мають вищу освіту за означеними спеціальностями і працюють у закладах готельно-ресторанного типу та на підприємствах туристичної індустрії не менше 5 років.

Аналіз одержаних результатів засвідчив, що менеджери туристичної індустрії та готельно-ресторанних закладів у процесі професійної діяльності відчують потребу у використанні підприємницьких здібностей, які значною мірою сприяють досягненню успіху й економічної стабільності підприємств галузі. На питання щодо потреби у цілеспрямованому формуванні підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму 76,9% здобувачів (220 чол.) відповіли ствердно, ще 20,6% (59 студентів) зауважили, що в процесі професійної підготовки отримали достатньо інформації про підприємництво і підприємницьку культуру. Лише 2,4% опитаних студентів вважають, що така підготовка не є необхідною.

З-поміж працюючих менеджерів індустрії гостинності 81,6% (71 особа) вважають, що існує потреба в цілеспрямованому формуванні підприємницької культури фахівців і лише 9,2% (7 опитаних) зауважили, що отримали достатню підготовку до підприємницької діяльності під час навчання у ЗВО. Водночас більшість менеджерів галузі (79 осіб – 90,8%), підтвердили, що сформованість підприємницької культури сприяє досягненню успіху в професійній діяльності.

Щодо здобувачів освіти, то 75,9% (217 осіб) опитаних також передбачають, що сформованість підприємницької культури сприятиме досягненню успіху в майбутній професійній діяльності. Негативну відповідь висловило лише 2 менеджерів (2,3%) і 19 студентів (6,6%).

Для змістового наповнення формувального етапу експерименту вагоме значення мало питання про аспекти формування підприємницької культури, які потребують додаткової уваги в процесі професійної підготовки. Усі респонденти зауважили, що удосконалення найбільше потребують практичні уміння і навички для організації підприємницької діяльності у сфері послуг та туризму – 39,1% менеджерів (34 осіб) та 39,2% студентів (112 чол.), оволодіння інструментарієм для розробки бізнес-проектів у галузі – 26,4% менеджерів (23 чол.) та 18,9% студентів (54 осіб), удосконалення особистісних якостей креативності, комунікативності, ініціативності, готовності до ризиків – 11,5% менеджерів (10 осіб) і 17,1% студентів (49 осіб), розуміння соціально-етичних норм підприємницької діяльності в означеній галузі – 22,9% менеджерів (20 осіб) та 24,9% здобувачів освіти (71 особа). Таким чином, усі перелічені компоненти потребують уваги, однак найбільше потребують розвитку діяльнісні складові, які забезпечують здатність особи вирішувати завдання у професійній діяльності.

Констатувальний етап експерименту передбачав виявлення освітніх компонентів, під час опанування яких майбутніх фахівців сфери послуг і туризму мали можливість засвоїти компоненти підприємницької культури. Респонденти могли обрати до чотирьох позицій. На найвищих позиціях опинилися: виробнича практика, яку обрали 56,3% менеджерів (49 респондентів) і 53,1% опитаних здобувачів освіти (152 осіб); навчальні дисципліни «Менеджмент туризму/готельно-ресторанного господарства» - 47,1% менеджерів (41 особа) і лише 37,8% студентів (108 опитаних) та «Маркетинг туризму/готельно-ресторанного господарства» 17,2% опитаних менеджерів (15 осіб) та 27,9% здобувачів (80 студентів). Решта освітніх компонентів отримали менше 20%. Отримані результати свідчать про те, що зміст освітніх компонентів недостатньо зорієнтований на підготовку здобувачів до підприємницької діяльності у сфері

послуг і туризму, незважаючи на те, що саме підприємницька культура особистості підвищує її можливості для досягнення успіху в професійній діяльності. Отож, спираючись на позиції контекстного підходу, вважаємо за необхідне доповнювати зміст дисциплін відповідно до потреб майбутньої професійної діяльності фахівців індустрії гостинності.

Підсумовуючи, зауважимо, що формування підприємницької культури майбутніх фахівців є актуальною проблемою як з позицій теоретичного обґрунтування, так і потреб практики. Менеджери підприємств сфери послуг і туризму та здобувачі освіти, залучені до даного етапу експерименту, підтвердили необхідність цілеспрямованого формування підприємницької культури студентів під час їх професійної підготовки і зазначили, що найбільше потребує уваги формування її діяльнісного аспекту, як-от: розробка бізнес-проектів, організація роботи в команді, аналіз ринку послуг, специфіка використання сучасних інформаційних технологій у сфері послуг і туризму.

Одним із завдань констатувального етапу експерименту було виявлення рівня сформованості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Під час вирішення цього завдання спиралися на змістове наповнення компонентів підприємницької культури фахівців індустрії гостинності, а саме: мотиваційно-ціннісного, особистісно-рефлексивного, когнітивно-праксеологічного, соціально-етичного. Кожен з виокремлених компонентів реалізовувався через відповідні критерії та показники обґрунтовані в параграфі 1.2. Діагностичний інструментарій для виявлення рівня сформованості компонентів підприємницької культури здобувачів освіти докладно представлений у Додатку Д. Валідність використаного інструментарію та методик виявлення стану сформованості досліджуваної якості підтверджено шляхом експертного обговорення на засіданнях кафедр туризмознавства і краєзнавства та готельно-ресторанної і курортної справи ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», незалежного рецензування, оцінки викладачів-практиків та пробного пілотажного дослідження.

Залежно від особливостей прояву критеріїв і показників було виокремлено рівні сформованості підприємницької культури особистості, а саме: високий, достатній, низький і критичний. Змістові характеристики рівнів кожного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму наведено у Додатку Ж. Таким чином виявили рівень сформованості показників підприємницької культури у менеджерів галузі та здобувачів вищої освіти, залучених до констатувального етапу дослідження, а саме:

- рівень спрямованості особистості на досягнення успіху в професійній діяльності, сформованість професійних ціннісних орієнтацій, загальну орієнтацію якісне виконання професійних функцій та задоволення потреб споживачів (мотиваційно-ціннісний компонент);

- сформованість професійно значущих якостей особистості, розвиненість навичок самоменеджменту і самомаркетингу, здатність проектувати особистісну стратегію професійного розвитку в сфері послуг та туризму(особистісно-рефлексивний компонент);

- сформованість умінь розробляти бізнес-проекти, обирати раціональні й економічно обґрунтовані рішення професійних завдань, рівень знань з економіки, менеджменту і маркетингу в галузі послуг і туризму, володіння понятійним змістом категорії «підприємництво» в сфері послуг і туризму, сформованість комунікативних навичок (когнітивно-праксеологічний компонент);

- ступінь обізнаності з морально-етичними нормами ведення бізнесу, здатність вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у сфері послуг та туризму на гуманістичних засадах, орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом, розуміння соціально-економічної значущості професійної діяльності у сфері послуг та туризму(соціально-етичний компонент).

Відповідно до перелічених критеріїв і показників було розроблено авторську анкету самооцінки рівня сформованості компонентів підприємницької культури, метод тестового контролю знань та використано низку психологічних методик (Додаток З).

Рівень самооцінки респондентами компонентів підприємницької культури визначали за формулою В.Беспалька, де рівень досліджуваного компонента визначався за співвідношенням фактичної і максимально можливої кількості балів. А саме:

$$R_k = \frac{n}{N}, \quad (1)$$

де  $R_k$  – рівень сформованості окремого компонента підприємницької культури;

$n$  – фактична кількість балів, яку отримав респондент;

$N$  – максимальна кількість балів.

Відповідно до розроблених нами критеріїв, рівень оволодіння кожним з компонентів підприємницької культури визначався як високий, достатній, низький і критичний (Додаток Ж). Числове значення успішності оволодіння виокремленими компонентами визначали за співвідношенням з рівнями, а саме:

$0,75 \leq R_k \leq 1$  – високий рівень;

$0,50 \leq R_k \leq 0,74$  – достатній рівень;

$0,25 \leq R_k \leq 0,49$  – низький рівень;

$0 \leq R_k \leq 0,24$  – критичний рівень.

У процесі дослідно-експериментальної роботи використовували низку діагностичних методик, тому виникла потреба встановити числові значення і для окремих рівнів. Обробку одержаних результатів здійснювали за такими значеннями: високий рівень 4, достатній – 3, низький – 2 і критичний – 1. Таким чином кількісні показники, отримані в процесі впровадження розробленої моделі, було систематизовано й узагальнено, а їх числові значення дозволили зробити висновок про ефективність проведеної роботи та якісні зміни в освітньому процесі.

У процесі обробки показників кожного компонента підприємницької культури послуговувалися рекомендаціями А.Наследова [156] і використовували відповідну формули (2) для визначення коефіцієнта сформованості компонентів підприємницької культури:

$$K_{kj} = \frac{4a+3b+2c+d}{100}, \quad (2)$$

де  $K_{kj}$  – коефіцієнт сформованості компонента підприємницької культури групи респондентів;  $a, b, c, d$  – кількість учасників експерименту, які володіють відповідним рівнем культури ( $a$  – досліджувані з високим рівнем,  $b$  – достатнім,  $c$  – низьким,  $d$  – критичним), виражена у відсотках.

Вивчаючи специфіку використання математичних методів у психологічних дослідженнях, А.Наследов зазначає, що вибіркоче середнє значення (середнє арифметичне) – це сума всіх значень досліджуваної ознаки, поділена на їх сумарну кількість [156, с.41]. Тут використали формулу (3):

$$K_k = \frac{K_{km} + K_{kk} + K_{kp} + K_{ke}}{4}, \quad (3)$$

де  $K_k$  – коефіцієнт загального рівня сформованості підприємницької культури респондентів;  $K_{km}$  позначає коефіцієнт сформованості мотиваційно-ціннісного компонента;  $K_{kk}$  – когнітивно-праксеологічного;  $K_{kp}$  – особистісно-рефлексивного;  $K_{ke}$  – соціально-етичного.

Таким чином у ході констатувального етапу експерименту було визначено наявний рівень сформованості кожного компонента підприємницької культури у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм» контрольної та експериментальної груп. Визначивши сформованість окремих компонентів, провели розрахунки числових значень за наведеною формулою (3) і виявили загальний рівень підприємницької культури респондентів. Розглянемо докладно хід даного етапу експериментальної роботи.

В експериментальному дослідженні на констатувальному та формуальному етапах взяло участь 207 студентів, яких було розподілено на дві групи: контрольну (КГ – 105 осіб) та експериментальну (ЕГ – 102 осіб). Прозорість та коректність експериментальної роботи було забезпечено завдяки визначенню однорідності КГ та ЕГ залежно від навчальних досягнень здобувачів на початку навчання в ЗВО, а саме: середній бал ЗНО. В КГ цей показник становив 135, а в ЕГ – 131 бал.

Для виявлення рівня сформованості мотиваційно-ціннісного компонента, використовували опитувальник А. Реана «Мотивація успіху та страх невдачі» [142,



с.21] (Додаток 3.2). Як відомо, мотивація особистості на досягнення успіху має позитивний характер і передбачає спрямованість на конструктивні, вагомі результати. Зазвичай, умотивованість на досягнення успіху характерна для впевнених, цілеспрямованих, активних людей. Мотивація на уникнення невдачі виявляється у невпевнених, тривожних працівників, які передусім намагаються уникнути невдачі, осуду, покарання.

Інтерпретацію одержаних результатів здійснювали за рекомендаціями дослідників і з урахуванням специфіки досліджуваної проблеми. Від 1 до 7 балів – діагностували мотивацію на невдачу (страх невдачі), яку співвідносили з критичним рівнем мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури; від 14 до 20 балів – мотивація на успіх (надія на успіх), відповідно – високий рівень досліджуваного компонента. Автори методики зазначають, якщо кількість набраних балів у межах від 8 до 13, то слід вважати, що мотиваційний полюс не виражений. При цьому 8 – 9 балів ближче до страху невдачі (відповідає низькому рівню сформованості компонента), 12 – 13 балів ближче до мотивації успіху, що співвідноситься з достатнім рівнем. Мотиваційну спрямованість виявляли в досліджуваних контрольної та експериментальної груп. Результати обробки одержаних даних наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

**Мотиваційна спрямованість майбутніх фахівців сфери послуг і туризму  
в КГ та ЕГ**

(за опитувальником «Мотивація успіху та страх невдачі» А.Реана)

(констатувальний етап дослідження)

Показники спрямованості		мотиваційної		Групи респондентів			
				КГ		ЕГ	
		К-сть	%	К-сть	%		
Домінуючий мотивації	тип	Мотивація на успіх		21	20,0	23	22,5
	Невиражений тип мотивації	Більш схильні до успіху	38	36,2	39	38,2	
		Більш схильні до невдачі	31	29,5	18	17,7	
	Мотивація на невдачу		15	14,3	22	21,6	
Всього		105	100	102	100		

Як відомо, мотиви досягнення репрезентують стійку потребу індивіда досягати успіх у професійній діяльності (потреба бути результативним, прагнення виконувати роботу швидко і якісно, досягати певного рівня) [183, с.202]. У змісті підприємницької культури мотивація на досягнення успіху впливає на ефективність діяльності загалом. Тому вважаємо пріоритетною характеристикою майбутнього фахівця сфери послуг і туризму саме мотивацію на досягнення успіху. За результатами опитування, наведеними у таблиці, стійку мотивацію на досягнення успіху мають 20,0% студентів КГ (21 особа) та 22,5% студентів ЕГ (23 опитаних). 38,2% студентів ЕГ і 36,2% КГ мають невиражений тип мотивації із схильністю до успіху. Мотивованих на невдачу більше виявилось в ЕГ – 21,6% проти 14,3% в КГ. Кількість опитаних з невираженим типом мотивації із схильністю до невдачі – 17,7% в ЕГ і 29,5% студентів КГ. Порівняльний аналіз показників засвідчив незначні відмінності у результатах проведеного опитування. Однак загальний рівень умотивованості на досягнення успіху на початку

експерименту виявився невисоким. Отримані результати пов'язуємо із недостатнім рівнем сформованості професійної компетентності опитаних, основу якої становлять цінності та мотиваційні тенденції.

Систему ціннісних орієнтацій учасників експериментального дослідження визначали та методикою М.Рокича «Ціннісні орієнтації» (Додаток 3.3). Студенти контрольної та експериментальної груп ранжували термінальні (цінності-цілі) та інструментальні (цінності-засоби) цінності за ступенем особистісної значущості. Таким чином кожним учасником було проранжовано 18 термінальних цінностей (життєва мудрість, цікава робота, любов, здоров'я, активне діяльне життя, пізнання, розвиток, розваги та ін.) та 18 інструментальних цінностей (акуратність, вихованість, освіченість, непримиренність, ретельність, життєрадісність, самоконтроль, сміливість тощо).

Результати ранжування засвідчили, що більшість опитаних у перелік найважливіших цінностей-цілей віднесли не лише базові такі, як «здоров'я», «кохання», «щасливе сімейне життя», а й цінності, актуальні для майбутньої професійної діяльності та особистісного саморозвитку, як-от: «пізнання», «розвиток», «активне діяльне життя» (31,3% студентів КГ та 33,1% студентів ЕГ). Цінності «матеріальна забезпеченість життя», «суспільне визнання» та «цікава робота» виокремили 52,4% студентів КГ та 50,9% опитаних в ЕГ. Означені цінності певною мірою засвідчують професійну орієнтацію опитаних та їх спрямованість на отримання прибутку від діяльності і відносяться до матеріальної зорієнтованості майбутніх фахівців.

З-поміж термінальних цінностей 40,2% студентів КГ та 43,5% студентів ЕГ обрали особистісні цінності «незалежність», «вихованість», «відповідальність» тощо. Досить високі показники отримали також цінності-засоби, які забезпечують успіх у майбутній професійній діяльності, а саме: «ефективність у справах» (працелюбність, продуктивність), «самоконтроль», «тверда воля» (31,5% студентів КГ та 28,6% студентів ЕГ). Наведені дані свідчать про наявність потенціалу до формування підприємницької культури в студентів, залучених до експериментальної роботи. Перелічені цінності також характеризують наявність в

опитаних певних професійно значущих якостей, як-от: цілеспрямованість, упевненість в собі та своїх силах, ініціативність тощо. Однак відсоток осіб з такими показниками відносно невисокий.

Для обробки результатів цінності згрупували за спрямованістю: соціально значуща (активне, діяльне життя, щастя інших, вихованість, освіченість, відповідальність, чуйність тощо), нейтральна (краса природи і мистецтва, розваги, незалежність, широта поглядів та ін.), матеріальна (продуктивне життя, раціоналізм, суспільне визнання, високі запити, матеріальна забезпеченість та ін.). У таблицях 3.3 і 3.4 наведено порівняльний аналіз розподілу ціннісних орієнтацій за вказаними напрямками у студентів контрольної та експериментальної груп.

Таблиця 3.3

**Порівняльний аналіз розподілу термінальних та інструментальних цінностей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ**

(за методикою М.Рокича «Ціннісні орієнтації»)

(констатувальний етап дослідження)

Спрямованість ціннісних орієнтацій		Групи респондентів			
		КГ		ЕГ	
		К-сть	%	К-сть	%
Переважання соціально значущої системи цінностей	термінальні	17	16,2	19	18,6
	інструментальні	15	14,3	17	16,7
Переважання нейтральної системи цінностей	термінальні	33	31,4	31	30,4
	інструментальні	44	41,9	39	38,2
Переважання матеріальної (корисливої) системи цінностей	термінальні	55	52,4	52	50,9
	інструментальні	46	43,8	46	45,1

Як свідчать наведені результати, у студентів КГ та ЕГ переважала матеріальна (корислива) система цінностей і в термінальному (52,4% студентів КГ та 50,9% опитаних ЕГ), і в інструментальному вимірах (43,8% – КГ та 45,1% – ЕГ). Значно

нижчі показники отримали соціально значущі цінності: термінальні 16,2% в КГ та 18,6% в ЕГ; інструментальні – 14,3% (студенти КГ) та 16,7% (студенти ЕГ). Як зазначено вище, підприємницька культура особистості містить соціально-етичний компонент, тому соціально значуща спрямованість ціннісних орієнтацій впливає і на досліджувану якість.

Окрім визначення спрямованості мотиваційної сфери та ціннісних орієнтацій особистості, рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента визначали за результатами самооцінки респондентами ступеня розвитку мотивації до підприємницької діяльності та наявності системи цінностей, орієнтованих на успішне підприємництво. За питаннями авторської анкети виявляли сформованість особистісних професійно значущих цінностей, які сприяють досягненню успіху підприємницької діяльності в сфері послуг та туризму (матеріальних (матеріальна забезпеченість, упевненість у майбутньому), моральних (чесність, порядність, повага, відповідальність та ін.) та власне професійних (якість послуг, інноваційність, орієнтованість на прибуток, професійний розвиток, готовність до ризику тощо).

З урахуванням результатів опитувальника А. Реана «Мотивація успіху та страх невдачі», методики М.Рокича «Ціннісні орієнтації» та авторської анкети (Додаток 3.8) зробили висновки про мотиваційно-ціннісну основу підприємницької культури особистості, яка є рушійною силою, внутрішньою основою для ефективної організації професійної діяльності в досліджуваній галузі. Узагальнення отриманих результатів дослідження рівня розвитку мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури за визначеними попередньо показниками наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

**Сформованість мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в контрольних та експериментальних групах за використаними методиками  
(констатувальний етап дослідження)**

Показники мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури	Рівні сформованості, %							
	ЕГ				КГ			
	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний
спрямованість на досягнення успіху в професійній діяльності	22,5	38,2	17,7	21,6	20,0	36,2	29,5	14,3
сформованість ціннісних орієнтацій	9,8	25,5	38,2	26,5	10,4	21,9	32,4	35,3
потреба якісно виконувати професійні завдання у сфері послуг і туризму	7,8	29,4	26,5	36,3	7,6	29,5	29,5	33,3
зорієнтованість на задоволення потреб споживачів	9,8	27,5	39,2	23,5	4,7	18,0	40,0	37,1
Загальний рівень	12,5	30,1	30,4	27	10,7	26,4	32,9	30
Коефіцієнт сформованості, $K_{kt}$	2.17				2.28			

Аналіз представлених у таблиці результатів засвідчив, що загальний рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури за виокремленими вище критеріями і показниками знаходиться на досить низькому рівні і в контрольній і в експериментальній групах. На початку експериментальної роботи високий рівень досліджуваного компонента підприємницької культури мали 10,7% студентів КГ та 12,5% студентів ЕГ, достатній рівень показали 26,4% опитаних КГ та 30,1% опитаних ЕГ, низький рівень – відповідно 32,9% (КГ) та 30,4% (ЕГ). Критичний рівень мотиваційно-ціннісного компонента було

зафіксовано в 30% студентів КГ та 27% студентів ЕГ. Як відомо, саме мотиваційно-ціннісна складова є рушійною силою будь-якої діяльності. Тому визнаємо необхідність цілеспрямованої роботи в цьому напрямі вже з початкових етапів здобуття професійної освіти. Саме на формування професійної мотивації та відповідних цінностей було акцентовано увагу упродовж усього формувального експерименту.

Рівень сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури визначали за результатами виконання письмової діагностичної роботи (Додаток 3.4) та самооцінки сформованості даного компонента підприємницької культури (Додаток 3.8). Нами було узагальнено оцінку знань, умінь і навичок учасників експерименту. За виокремленими показниками виявляли рівень володіння студентами КГ та ЕГ понятійним апаратом, сформованість уявлень з менеджменту і маркетингу в сфері послуг і туризму, специфікою підприємництва у досліджуваній галузі тощо. У додатку 3.4 представлено діагностичну роботу для виявлення якості знань здобувачів, залучених до експериментальної роботи. Результати діагностичної роботи оцінювали за відсотковим співвідношенням виконаних і невиконаних завдань і адаптували їх до розроблених нами рівнів сформованості компонентів підприємницької культури, а саме: 100 – 90 % – високий рівень, 89 – 70 % – достатній рівень, 69 – 50 % – низький і 0 – 49 % – критичний рівні.

У питаннях діагностичної роботи було передбачено виявлення стану поінформованості студентів про специфіку підприємництва, його зміст, принципи, функції, необхідні умови розвитку, бізнес-планування, регуляцію та форми реалізації підприємницької діяльності в сфері послуг та туризму тощо. Необхідною складовою успішної підприємницької діяльності є управління (менеджмент) й поширення інформації, розробка й реклама послуг (маркетинг). Означені напрями діяльності підприємця вважаємо пріоритетними, тому передбачили низку питань, пов'язаних з менеджментом і маркетингом в індустрії гостинності. Як відомо, сукупність знань не може свідчити про готовність особистості до того чи іншого виду діяльності, тому виявляли стан обізнаності досліджуваних з методами,

формами і засобами розробки і просування послуг в індустрії гостинності. Таким чином у питаннях діагностичної анкети було передбачено виявлення стану сформованості усіх показників означеного компонента підприємницької культури і виявлено теоретико-практичну поінформованість студентів щодо підприємництва у сфері послуг і туризму. Результати проведеної діагностичної роботи наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

**Рівні сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ за результатами діагностичної роботи**  
(констатувальний етап дослідження)

Рівні сформованості когнітивно-праксеологічного компонента	Групи респондентів			
	ЕГ		КГ	
	К-сть	%	К-сть	%
високий	-	-	-	-
достатній	5	4,9	8	7,6
низький	42	41,2	37	35,2
критичний	55	53,9	60	57,2
Всього	102	100	105	100

Наведені в таблиці результати показали, що з-поміж студентів, охоплених експериментальною роботою на констатувальному етапі не виявилось таких, що мають високий рівень сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури. Достатній рівень виявили у 7,6% студентів КГ та 4,9% студентів ЕГ, найбільша частина респондентів отримала критичний рівень, а саме: 57,2% в КГ і 53,9% в ЕГ.

Також, у змісті досліджуваного компонента вагоме значення має здатність фахівця до ефективної професійної комунікації та уміння організувати колектив для досягнення поставлених цілей. Для виявлення означеного аспекту зазначені



вище дослідницькі методи доповнили методикою виявлення «Комунікативних та організаторських здібностей» (КОС-2) (Додаток 3.5). Обрана методика спрямована на виявлення здатності особистості до організації колективу, ефективної комунікації, прояву ініціативи для встановлення контакту з іншими людьми (незнайомими), володіння мистецтвом впливу тощо. Задля адаптації опитування до специфіки здійсненого дослідження нами було скориговано процедуру обробки результатів, а отримані бали розподіляли таким чином: 1-5 – критичний рівень, 6-9 – низький, 10-14 – достатній, 15-20 – високий. Таким чином виявили рівень сформованості організаторських і комунікативних навичок студентів контрольної та експериментальної груп на початку експерименту. Отримані результати представлено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

**Порівняльний аналіз сформованості комунікативних та організаторських здібностей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ (КОС-2)**  
(констатувальний етап дослідження)

Здібності		Групи респондентів			
		ЕГ		КГ	
		К-сть	%	К-сть	%
Комунікативні	високий	4	3,9	4	3,8
	достатній	28	27,5	31	29,5
	низький	30	29,4	37	35,3
	критичний	40	39,2	33	31,4
Організаторські	високий	6	5,9	3	2,8
	достатній	20	19,7	28	26,7
	низький	41	40,1	34	32,4
	критичний	38	37,3	40	38,1

Як свідчать наведені в таблиці дані, більшість респондентів і контрольної і експериментальної груп показали низький та критичний рівні сформованості

комунікативних та організаційних навичок на початку експериментальної роботи. З високим рівнем сформованості комунікативних навичок виявили 2,8% студентів КГ та 3,9% студентів ЕГ. Організаційні навички на високому рівні були сформовані лише в 2,8% опитаних КГ та 5,9% осіб з ЕГ. Натомість низький і критичний рівні виявлені за показниками комунікативних і організаторських навичок у КГ та ЕГ в більше, ніж половини опитаних. Наведені показники переконують у тому, що в процесі формування експерименту належну увагу слід звернути на формування організаційних і комунікативних навичок, оскільки саме вони акумулюють здатність особистості до організації підприємницької діяльності.

Узагальнені показники сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури з урахуванням результатів усіх проведених методик представлено у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

**Сформованість когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ за використаними методиками (констатувальний етап дослідження)**

Показники когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури	Рівні сформованості, %							
	ЕГ				КГ			
	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний
володіння понятійним змістом категорії «підприємництво», поінформованість з економіки, менеджменту і маркетингу в галузі послуг і туризму	-	4,9	41,2	53,9	-	7,6	35,2	57,2
уміння розробляти бізнес-проекти, обирати раціональні економічно обгрунтовані рішення професійних завдань	-	8,8	43,1	48,0	-	11,4	40,0	48,6
сформованість комунікативних навичок	3,9	27,5	29,4	39,2	3,9	29,5	35,3	31,4

сформованість організаторських навичок	2,9	19,7	40,1	37,3	2,8	26,7	32,4	38,1
Загальний рівень	1.7	15.2	38.5	44.6	1.7	18.8	35.7	43.8
Коефіцієнт сформованості, $K_{kk}$	1,74				1,78			

Як видно з таблиці 3.7, загальний рівень сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури в студентів, залучених до експерименту є дуже низьким і потребує значної уваги і цілеспрямованого впливу. Виявлено 43,8% студентів КГ та 44,6% студентів ЕГ з критичним рівнем когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури, з низьким рівнем 35,7% студентів КГ та 38,5% опитаних ЕГ. Аналіз окремих критеріїв засвідчив дещо вищі показники сформованості комунікативних і організаторських умінь респондентів у змісті досліджуваного компонента.

Для визначення рівня сформованості особистісно-рефлексивного компонента підприємницької культури сконцентрували увагу на особистісній готовності фахівців до підприємницької культури. Оскільки така готовність містить у своєму змісті низку особистісних якостей, використовували «Тест для визначення готовності до підприємницької діяльності» (за Петренком В.П., Табахарнюком М.О., Пасічником О.В.) [250, с.12–13] (Додаток 3.6). У змісті використаної методики відображено критерії готовності особистості до підприємницької діяльності через узагальнені дані про сформованість таких особистісних якостей як ініціативність, лідерство, відповідальність, рішучість, наполегливість, цілеспрямованість, рефлексивність. Для зручності використання методики, нами було доповнено оцінку відповідей респондентів за трьох-бальною шкалою: 3 бали – за перший варіант відповіді до кожного питання анкети, 2 бали за вибір другого варіанту і 1 бал за вибір третього варіанту. Таким чином результати було адаптовано до рівнів сформованості компонентів підприємницької культури, а саме: 30-25 балів – високий рівень, 24-20 балів – достатній рівень, 19-15 балів – низький рівень і 14-10 балів – критичний рівень.

*Таблиця 3.8*

**Порівняльний аналіз рівня готовності майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до підприємницької діяльності в КГ та ЕГ за результатами тестування (за Петренком В.П., Табахарнюком М.О., Пасічником О.В.)**  
(констатувальний етап дослідження)

Рівні готовності	Групи респондентів			
	ЕГ		КГ	
	К-сть	%	К-сть	%
високий	9	8,8	9	8,6
достатній	31	30,4	24	22,9
низький	35	34,3	42	40,0
критичний	27	26,5	30	28,5
Всього	102	100	105	100

Результати тестування, наведені у таблиці 3.8, засвідчили дещо вищий рівень загальної готовності до підприємницької діяльності, ніж за попередніми показниками. Високий рівень було виявлено у 8,6% студентів КГ та 8,8% студентів ЕГ. Достатній рівень – у 22,9% осіб КГ та 30,4% опитаних з ЕГ. Такі показники переконали у тому, що частково опитані мають потенціал для формування підприємницької культури, оскільки ключові особистісні якості, необхідні для успішного підприємництва у них сформовані на достатньому та високому рівнях. Однак значна кількість опитаних, понад 60 % студентів КГ та ЕГ показали низький та критичний рівень сформованості досліджуваного компонента підприємницької культури.

Окрім використаної методики нами було враховано результати проведення авторської анкети, одним із розділів якої було виявлення самооцінки сформованості особистісних професійно важливих якостей та рефлексивних здібностей (Додаток 3.8). Реалізація підприємницької культури особистості в професійній діяльності, як зазначено вище, значною мірою залежить від її здатності до саморегуляції, самоуправління і саморозвитку, сутність яких акумулюється в понятті «самоменеджмент». Тому у питаннях авторської анкети було передбачено

виявлення стану розвитку в студентів КГ та ЕГ навичок тайм-менеджменту, самоконтролю, самомотивації, наполегливості, стресостійкості тощо. Перелічені якості взаємопов'язані з умінням представити себе у найбільш вигідній позиції на ринку праці, сформуванню власний позитивний імідж тощо. Для виявлення рівня розвитку навичок самомаркетингу також передбачили питання в авторській анкеті. Узагальнені показники рівня сформованості особистісно-рефлексивного компонента наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

**Сформованість особистісно-рефлексивного компонента  
підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ  
та ЕГ за використаними методиками  
(констатувальний етап дослідження)**

Показники особистісно-рефлексивного компонента підприємницької культури	Рівні сформованості, %							
	ЕГ				КГ			
	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний
сформованість професійно значущих якостей	8,8	30,4	34,3	26,5	8,6	22,9	40,0	28,5
розвиненість навичок самоменеджменту	3,9	17,6	53,9	24,5	2,9	11,4	49,5	36,2
розвиненість навичок самомаркетингу	1,9	9,8	66,7	21,6	1,9	14,3	58,1	25,7
здатність проєктувати особистісну стратегію професійного розвитку в сфері послуг і туризму	-	6,9	67,6	25,5	-	9,5	64,8	25,7
Загальний рівень, %	3,7	16,2	55,6	24,5	3,4	14,5	53,1	29,0
Коефіцієнт сформованості, $K_{кр}$	1.99				1.92			

Як засвідчили результати, наведені в таблиці 3.9, з-поміж показників особистісно-рефлексивного компонента найвищий рівень сформованості має показник професійно значущих якостей, що було проаналізовано вище. Навички самоменеджменту та самомаркетингу в опитаних студентів мають низькі показники, а саме: високий рівень виявлено у 2,9% (навички самоменеджменту) та 1,9% (навички самомаркетингу) студентів КГ; високий рівень засвідчили 3,9% (навички самоменеджменту) та 1,9% (навички самомаркетингу) студентів ЕГ. Натомість у КГ та ЕГ не виявлено студентів з високим рівнем за показником «здатність проєктувати особистісну стратегію професійного розвитку в сфері послуг і туризму». Загальний рівень сформованості особистісно-рефлексивного компонента вважали також неостатнім, оскільки у КГ з низьким рівнем виявлено 53,1% опитаних, з критичним – 29%. В ЕГ низький рівень досліджуваного компонента підприємницької культури показали 55,6% респондентів, а критичний 24,5%. Високий рівень виявили у 3,4% студентів КГ та 3,7% студентів ЕГ. Така ситуація вкотре переконала в необхідності цілеспрямованого формування усіх компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Соціально-етичний компонент підприємницької культури досліджуваних визначали за методикою діагностики самоконтролю в спілкуванні [142, с.78] (Додаток 3.7). Таким чином виявили, наскільки учасники контрольної та експериментальної груп готові контролювати поведінку в ситуаціях професійного та особистісного спілкування, чи здатні до гнучкості в налагодженні ділових контактів, чи схильні адаптуватися до потреб і очікувань оточуючих людей (партнерів, клієнтів та ін.). Як зазначають дослідники, найоптимальнішим є середній рівень комунікативного контролю [252]. Окрім зазначеного, рівень сформованості соціально-етичного компонента підприємницької культури визначали за авторською анкетою (Додаток 3.8) за показниками обізнаності із морально-етичними нормами і правилами підприємницької діяльності, встановлення контактів із бізнес-партнерами та іншими суб'єктами підприємницької діяльності, володіння загальновизнаними нормами етикету в

означеній галузі. За результатами проведених опитувань було сформульовано висновки про рівень сформованості соціально-етичного компонента підприємницької культури учасників експерименту (таблиця 3.10).

Таблиця 3.10

**Сформованість соціально-етичного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ за використаними методиками**  
(констатувальний етап дослідження)

Показники соціально-етичного компонента підприємницької культури	Рівні сформованості, %							
	ЕГ				КГ			
	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний
обізнаність з морально-етичними нормами ведення бізнесу	3,9	13,7	56,9	25,5	1,9	14,3	65,7	18,1
здатність вибудувати відносини з суб'єктами підприємництва	3,9	23,5	39,2	33,3	4,8	21,9	37,1	36,2
орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом	8,8	37,3	38,2	15,7	9,5	42,9	36,2	11,4
розуміння соціально-економічної значущості підприємництва	2,9	30,4	39,2	27,5	1,9	23,8	55,2	19,0
Загальний рівень	4.9	26.2	43.4	25.5	4.5	25.7	48.6	21.2
Коефіцієнт сформованості, $K_{ke}$	2.10				2.13			

Показники соціально-етичного компонента підприємницької культури також мали низький рівень сформованості на етапі констатувального експерименту. Як представлено в таблиці, високий рівень було виявлено у 4,5% студентів КГ та 4,9% студентів ЕГ. Близько 60% опитаних з КГ та ЕГ показали низький та критичний рівні сформованості соціально-етичного компонента.

Таким чином, нами було узагальнено результати діагностики за кожним компонентом підприємницької культури і виведено коефіцієнти їх сформованості. Загальний показник сформованості підприємницької культури визначили за формулою (3). Кількісні результати, одержані на етапі констатувального експерименту представлено в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

**Загальний коефіцієнт сформованості підприємницької культури  
майбутніх фахівців сфери послуг і туризму КГ та ЕГ  
(констатувальний етап експерименту)**

Група респондентів	Коефіцієнти готовності за компонентами				Загальний показник
	Мотиваційно-ціннісний	Когнітивно-праксеологічний	Особистісно-рефлексивний	Соціально-етичний	
	$K_{кт}$	$K_{kk}$	$K_{кр}$	$K_{ке}$	
ЕГ	2,28	1,74	1,99	2,1	2,02
КГ	2,17	1,78	1,92	2,13	2,0

Підсумовуючи наведені результати можна стверджувати про те, що в контрольних та експериментальних групах переважають низький і критичний рівні сформованості підприємницької культури загалом та за всіма компонентами зокрема. Найнижчі показники учасники дослідження отримали за когнітивно-праксеологічним та особистісно-рефлексивним компонентами. Дещо вищі показники за мотиваційно-ціннісним компонентом, що свідчить про наявність внутрішнього потенціалу для розвитку підприємницької культури здобувачів. На початкових етапах професійної підготовки це стимулює пізнавальні інтереси



здобувачів вищої освіти. Однак мотиваційна складова та ціннісні орієнтації особистості є динамічними, рухомими, проєктують впливи соціального оточення, тому упродовж процесу професійної підготовки та в рамках проведеного дослідження значну увагу приділяли означеній сфері.

Найнижчі показники в контрольних та експериментальних групах отримали за когнітивно-праксеологічним компонентом, що доводить необхідність цілеспрямованої роботи в даному напрямі, потребу цілісно формувати теоретико-практичний аспект підприємницької культури у поєднанні з рештою компонентів. Результати вхідної діагностики рівня розвитку підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму на констатувальному етапі експерименту було враховані при виборі змісту, форм, методів і засобів навчання на формувальному етапі під час організації роботи в експериментальних групах.

### **3.2. Формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в умовах експериментальної програми**

Визначення ефективності розроблених педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму здійснювалося шляхом впровадження в процес професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму авторської моделі в рамках формувального етапу експерименту. Упродовж 2017 – 2019 н.р. до формувального експерименту було залучено здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм» ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (102 студентів – експериментальна група), Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова (59 – контрольна група), Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка (56 – контрольна група).

Освітній процес в контрольних групах здійснювався за традиційною методикою. В роботі з експериментальною групою було впроваджено розроблену організаційно-педагогічну модель процесу формування підприємницької культури

майбутніх фахівців сфери послуг і туризму за виокремленими педагогічними умовами. Загальна технологія організації формувального експерименту, добір змісту, форм, методів, засобів навчання та характер взаємодії між учасниками освітнього процесу на всіх етапах підпорядковувалися окресленим закономірностям, теоретико-методологічним підходам (особистісно орієнтованому, компетентнісному, діяльнісному і контекстному) та загальним і спеціальним принципам. Моделюючи освітню діяльність в руслі досліджуваної проблеми значну увагу приділяли створенню розвивального освітнього середовища в ЗВО, метою якого було стимулювання пізнавальних інтересів студентів, їх пошукової діяльності та творчого підходу до виконання професійно орієнтованих завдань.

Оскільки логіка наукового дослідження передбачає поетапність, формування підприємницької культури здобувачів експериментальної групи здійснювали за адаптаційно-мотиваційним, змістово-процесуальним, рефлексивно-творчим етапами. Сутність виокремлених етапів наведено під час теоретико-методологічного обґрунтування організаційно-педагогічної моделі (підрозділ 2.2). Розглянемо докладніше змістове наповнення кожного етапу.

Мета *адаптаційно-мотиваційного етапу* – створення умов для успішної адаптації здобувачів до освітнього процесу, активізація пізнавальних інтересів та мотиваційної сфери майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

В процесі роботи зосередили увагу на адаптації студентів до нових умов, новій соціальної ролі, ознайомлення з особливостями організації навчання в закладах вищої освіти, формування навичок самоосвіти тощо. Водночас зміст освітнього процесу передбачав закріплення і поглиблення культурологічних знань, засвоєння майбутніми фахівцями специфіки обраної професії, ознайомлення з базовими поняттями підприємництва тощо. Цей період використали також для активізації пізнавальних та професійних інтересів, стимулювання розвитку мотиваційної сфери та ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в руслі обраної професії.

Аналіз змісту планів та навчальних програм, який передував упровадженню моделі, засвідчив, що низка навчальних дисциплін загальної та професійної підготовки має потенціал щодо формування підприємницької культури студентів, однак він не реалізовується повною мірою. Для вирішення проблеми нами було використано контекстний підхід до моделювання змісту навчального матеріалу, а саме: трансформували власне навчальну діяльність у професійно зорієнтовану, акцентуючи увагу на мотивах, потребах і цілях. У змісті навчальних дисциплін передбачали реалізацію як предметного, так і соціального контексту майбутньої професійної діяльності. Здійснювали таку роботу при вивченні дисциплін циклу загальної і професійної підготовки.

Впровадженню розроблених педагогічних умов в межах формувального експерименту передувала підготовча робота з викладачами, обговорення на кафедрах окремих аспектів впровадження розробленої моделі. З викладачами дисциплін циклу загальної і професійної підготовки було узгоджено послідовність дій і проведено відповідні консультації, надано методичні матеріали (тексти лекцій, плани практичних занять, відео, презентації тощо).

Навчальна дисципліна «Історія української культури» відноситься до циклу загальної підготовки і включена до навчальних планів спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа» та 242 «Туризм». Мета дисципліни – формування в студентів «сукупності знань, умінь і навичок з української культури в її історичному становленні, поглиблене вивчення системи життєвих сенсів індивідів, соціальних прошарків, народу України, втілених у матеріальних і духовних цінностях певних історичних періодів» [203].

Нами було доповнено зміст темою «Вплив підприємницької діяльності на збереження і поширення культури українського народу в різні історичні періоди». Під час лекції та практичного заняття на цю тему студенти ознайомилися із формами підприємницької діяльності в різні історичні періоди й обґрунтували зв'язок мистецтва, духовної та матеріальної культури з поширенням ремесел і торгівлі. Працюючи в малих групах на практичному занятті студенти вирішували проблемні питання використовуючи інтерактивну методику «мозковий штурм».

Одним із завдань було виявлення чинників, які впливали на успіх підприємницької діяльності в різні культурно-історичні епохи. Таким чином було зреалізовано предметний і соціальний контекст дисципліни, а також здійснено вплив на мотиваційно-ціннісну сферу майбутніх фахівців індустрії гостинності.

Навчальними планами означених спеціальностей передбачено вивчення низки навчальних дисциплін циклу професійної підготовки, які спрямовані на ознайомлення студентів із окремими напрямками діяльності в туризмі («Екотуризм», «Спортивний туризм», «Культурно-пізнавальний туризм» та ін.) та готельно-ресторанній справі («Культура в готельно-ресторанній справі», «Кулінарне мистецтво», «Барна справа» тощо). Зміст таких дисциплін доповнювали проблематикою реалізації підприємницької культури в означеному напрямі.

Курс «Спортивний туризм» передбачав надання студентам необхідних теоретичних і практичних знань з основ спортивного туризму та ознайомлення з формами його організації. В руслі досліджуваної проблеми студентам було запропоновано вивчення теми «Організація спортивного туризму: міжнародний досвід і перспективи розвитку в Україні» на практичному занятті. Було обговорено різновиди моделей спортивного туризму у світі, проаналізовано стан організації спортивного туризму в сучасних умовах в Україні (форми спортивно-туристичної роботи, особливості організації походів, безпека в поході). На основі вивченого студенти моделювали напрями розвитку цього виду туризму в регіонах (Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська області), аналізували труднощі й перспективи, проєктували осередки розвитку спортивного туризму залежно від природних умов та розвитку інфраструктури тощо. Таким чином стимулювали мотиваційно-ціннісну складову підприємницької культури, оскільки акцентували увагу на соціально-економічній цінності такої діяльності для регіону.

Значний потенціал для формування елементів підприємницької культури студентів містить навчальна дисципліна «Культура в готельно-ресторанній справі». Мета вивчення дисципліни – формування у майбутніх фахівців знань про культурні, етичні особливості організації і ведення готельно-ресторанної справи,

розвиток професійних компетенції й задоволення пізнавальних інтересів здобувачів. Опрацювання тем, передбачених нормативними документами (робочий і навчальний план, методичні вказівки), збагатили питаннями, що розкривають специфіку реалізації підприємницької культури в галузі.

У змісті дисципліни вивчали проблеми етико-культурного забезпечення галузі, етичні засади ведення бізнесу у сфері гостинності, сутність культури ділового спілкування (особливості ведення переговорів, налагодження контактів, вирішення конфліктних ситуацій). Окрему тему було присвячено особливостям корпоративної культури, її компонентам, правилам та методам впровадження. Таким чином, в рамках вивчення дисципліни студенти експериментальної групи отримали початкові уявлення про культуру підприємництва у сфері гостинності, засвоїли базові поняття, як-от: «бізнес», «підприємництво», «етика бізнесу», «культура спілкування» тощо. Отримані знання стали підґрунтям для наступних етапів формування підприємницької культури у межах формувального експерименту.

Зауважимо, що контекстний підхід застосовували на усіх етапах формувального експерименту, систематично і послідовно. Таким чином забезпечували міждисциплінарні зв'язки, культуровідповідність, варіативність, гнучкість і динамічність освітнього процесу, не порушуючи логіки організації професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму загалом.

Під час упровадження розробленої моделі значну увагу приділяли організації науково-дослідної діяльності, яка в освітньому процесі ЗВО виконує низку функцій, а саме: «забезпечує систематичну науково-дослідну, експериментальну, конструкторську і винахідницьку діяльність студентської молоді з різних галузей науки, техніки, мистецтва і культури та спрямовується на створення умов для творчого самовдосконалення, виявлення, розвитку та підтримки молодих талантів і обдарувань» [113, с.65]. У руслі проведеного формувального експерименту науково-дослідну діяльність організовували шляхом залучення студентів до роботи в наукових гуртках та проблемних групах, виконання наукових досліджень

відповідно до навчальних планів і програм (курсів роботи, кваліфікаційні роботи), участі у конференціях, семінарах, практикумах, майстер-класах тощо.

Як відомо, науково-дослідна діяльність має значний вплив на формування особистості, сприяє формуванню наукового світогляду, передбачає оволодіння методологією і методами наукового дослідження, розвиток творчого мислення та індивідуальних здібностей, прищеплення навичок самостійної науково-пошукової діяльності, розвиток ініціативи, здатності застосовувати теоретичні знання у практичній роботі, залучення до розв'язання наукових проблем, що мають суттєве значення для науки і практики, постійне оновлення знань й удосконалення навичок їх аналізу, узагальнення й систематизації тощо [143, с.6].

Для організації науково-дослідної діяльності студентів експериментальної групи використовували низку методів, як-от: вивчення наукової літератури, спостереження, експеримент, моделювання, проєктування, опитувальні методи, вивчення продуктів діяльності, анкетування, тестування тощо. Перелічені методи реалізовували із застосуванням сучасних інформаційних технологій (джерельні бази мережі Інтернет, створення онлайн-опитувальників, анкет, спеціальних сервісів для моделювання, проєктування досліджень тощо). Для стимулювання науково-дослідницької діяльності студентів експериментальних груп залучали до участі у наукових конкурсах, олімпіадах, пропонували публікації у збірниках студентських наукових робіт тощо.

На першому етапі організація науково-дослідної діяльності здобувачів передбачала їх ознайомлення зі змістом, методами, формами дослідницької діяльності під час вивчення дисципліни «Основи наукових досліджень та організації навчального процесу». Мета дисципліни – вивчення студентами теоретико-методологічних основ наукового дослідження, ознайомлення зі специфікою наукового пізнання і творчості тощо.

Реалізуючи перший етап формувального експерименту нами було доповнено навчальний матеріал дисципліни темою «Психологічні засади наукового мислення», яку розглядали на практичному занятті. У процесі роботи акцентували увагу на проблемі мислення як психічного процесу, обговорили особливості

перебігу й розвитку розумових дій та операцій (аналіз, синтез, порівняння, абстрагування, узагальнення, конкретизація тощо), розглянули індивідуальні особливості проявів мислення тощо. Таким чином студенти усвідомили психологічні передумови науково-дослідницької діяльності, основою якої є саме мисленнєві процеси. Водночас розглянули форми, методи і прийоми розвитку критичного і аналітичного мислення, які є необхідними для орієнтування в сучасних інформаційних потоках. У ході роботи було зреалізовано інтегрування знань різних наук й міждисциплінарний підхід. Розуміння сутності мислення як психічного процесу, на нашу думку, вплинуло на успішність виконання наукових досліджень і допомогло ефективно використовувати власні ресурси в навчально-пізнавальній діяльності.

Отримані компетенції студенти використовували в освітньому процесі на всіх етапах формувального експерименту, а саме: під час підготовки до практичних та семінарських занять з різних дисциплін, виконання завдань для самостійної роботи, участі в проблемних групах та наукових гуртках тощо.

У межах науково-дослідної роботи студенти експериментальних груп вже з першого курсу працювали в проблемній групі «Підприємницький потенціал сфери послуг і туризму» для здобувачів I – IV курсів спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм». Тематика наукових досліджень передбачала вивчення пріоритетних напрямів розвитку сфери послуг і туризму в різних регіонах України і світу; аналіз природних, екологічних, економічних і соціокультурних умов для розвитку різних видів послуг чи туристичних дестинацій; використання сучасних технологій для розробки і просування турпродукту, надання відповідних послуг; аналіз впливу соціальних мереж на популяризацію сфери послуг і туризму тощо.

У процесі науково-пошукової діяльності учасників проблемної групи використовували різноманітні форми і методи роботи, створювали умови для розвитку креативності, самостійності. Завдяки впровадженню інтерактивних технологій студенти були залучені до групової та індивідуальної дослідницької діяльності, отримали досвід роботи в команді для вирішення спільного завдання,

можливості показати результати роботи у вигляді доповідей, презентацій, проєктів, анімації, відеороликів тощо. Найбільш ґрунтовні і якісні розробки було представлено на студентських наукових конференціях, а їх результати опубліковано у збірниках наукових праць.

Одним із засобів реалізації особистісно орієнтованого підходу в процесі впровадження розробленої моделі було встановлення системи зворотного зв'язку, «фідбеку» (від англ. feedback — зворотній зв'язок, відгук), за допомогою якого визначали ступінь зацікавленості проблемою, рівень розуміння, наявність труднощів, якість викладання тощо. Упродовж усіх етапів формувального експерименту систематично використовували техніки зворотного зв'язку, які стимулювали мотивацію і відповідальність студентів за якість і результати освітнього процесу. Сучасні освітні експерти розробили умови успішного «фідбеку», а саме:

- пояснення завдання – сутність «фідбеку», принципи, форми, методи та практична цінність цього методу взаємодії зі студентами;
- контекст – актуалізація досвіду вивчення курсу, пригадування фактів, процесу підготовки до занять, перевірних робіт тощо;
- час і своєчасність – якісний зворотний зв'язок потребує достатньо часу, усвідомлення, обґрунтування;
- анонімність – забезпечує щирість і відвертість відповідей;
- подяка – навіть якщо викладач не погоджується з усім, варто подякувати студентам за пророблену роботу;
- правильне завершення – необхідно пояснювати студентам, як їхні відповіді вплинули на курс, що можливо змінити, а які проблеми поки-що немає можливості вирішити [88].

Технологія формування зворотного зв'язку в контексті порушеної проблеми наведена у Додатку Е. В процесі експериментальної роботи було використано низку форматів для отримання «фідбеку», як-от: онлайн-опитувальники (Google форми, Dashboard, Answergarden тощо), візуальні (ілюстрація почуттів за допомогою малюнка, схеми), шкала (оцінка компонентів курсу за певною шкалою),



картки (зображення компонентів курсу на окремих картках і запис вражень про ці компоненти). Наприклад, використовуючи один із сервісів Google, а саме Dashboard, було зреалізовано фідбек по відношенню до окремих дисциплін. Нами було використано прийом «незавершені речення» для того, щоб виявити найголовніші досягнення («Я зрозумів (ла), що під час вивчення дисципліни, я...»), проблеми у викладанні курсів («У мене виникли труднощі з...»), найцікавіші та найскладніші теми з-поміж передбачених робочою програмою («Найбільше мені сподобалася тема....., тому, що.....»), «Найскладнішим для мене було вивчення теми....., тому, що.....»), а також загальні враження і побажання на майбутнє («Мої побажання...») тощо. Усі відповіді були анонімними задля стимулювання відкритості і відвертості, однак деякі студенти виявили бажання назвати свої імена. Відповідно до зазначених вище вимог, після фідбеку зі студентами було проведено підсумкові бесіди і надано інформацію щодо можливостей урахування їх побажань і рекомендацій в процесі оновлення робочих програм і загального змісту освітнього компонента.

Аналізуючи наприкінці результати здійсненої роботи виявили, що одним з найбільш оптимальних є онлайн-відгук, оскільки є доступним для всіх учасників освітнього процесу, зручним, дає можливість сформулювати думки, враження про курс або його окремі компоненти. Було виявлено, що використання викладачами засобів зворотного зв'язку сприяло створенню позитивної психологічної атмосфери, налагодженню суб'єкт – суб'єктних взаємовідносин між усіма учасниками освітнього процесу.

Отож, мету адаптаційно-мотиваційного етапу формувального експерименту було досягнуто і водночас зреалізовано першу педагогічну умову. За результатами педагогічного спостереження, діагностичних бесід із студентами експериментальних груп та викладачами, інформації, отриманої завдяки технікам зворотного зв'язку, було виявлено посилення інтересу студентів до майбутньої професії, прагнення розвивати свою компетентність, бажання дізнатися більше про специфіку підприємницької діяльності в сфері послуг та туризму та умови

успішного її провадження. Тобто спостерігали посилення професійної умотивованості студентів експериментальних груп.

Змістово-процесуальний етап впровадження організаційно-педагогічної моделі передбачав створення умов для оволодіння студентами експериментальних груп професійними знаннями, підприємницькими вміннями й навичками, удосконалення їх професійної компетентність. Задля досягнення поставленої мети було впроваджено спеціальний курс «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика», доповнено програми практики індивідуальними творчими завданнями, поглиблено систему науково-дослідницької діяльності студентів, а також змістове і методичне наповнення дисциплін загальної і професійної підготовки.

Спеціальний курс було розроблено з метою комплексного формування в здобувачів освіти підприємницької культури, а також загальнокультурних і професійних компетентностей, необхідних для реалізації підприємницької культури у майбутній професійній діяльності. У змісті спецкурсу було обґрунтовано актуальність порушеної проблеми; ознайомлено студентів з економічними засадами підприємницької діяльності в туризмі і сфері послуг, збагачено їх знання про специфіку галузевого менеджменту й маркетингу. Зосередили увагу на формуванні умінь розробки бізнес-проектів, розвитку навичок підприємницької діяльності в умовах невизначеності, вдосконалення комунікативних компетентностей, необхідних для успішної діяльності підприємства, взаємодії з діловими партнерами та споживачами на засадах морально-етичних норм. Мета, завдання, зміст, очікувані результати і докладна програма спеціального курсу представлені у Додатку Б.

Відповідно до робочої програми авторського спецкурсу, освітній процес реалізовували у формі лекцій та практичних занять, самостійної роботи. Курс передбачав використання традиційних форм і методів навчання у поєднанні з інноваційними, що актуалізувало принцип варіативності навчання. Відповідно до тверджень Н.Мачинської та С.Стельмах, з-поміж різноманітних форм організації навчання лекція є «найекономнішим способом передачі та засвоєння навчальної

інформації і загалом інтелектуальної культури поколінь, вміщеної в межі педагогічних форм навчання» [140, с.12].

Дослідники поділяють лекції та традиційні (вступна, інформаційна (тематична), завершальна (підсумкова), оглядова) та нетрадиційні (міні-лекція, багатоцільова лекція, проблемна лекція, лекція-брейнстормінг, лекція із задалегідь запланованими помилками, лекція-конференція, лекція-прес-конференція, лекція-брифінг, лекція-круглий стіл, лекція-диспут, лекція-візуалізація, інтерактивна лекція, бінарна лекція) [140, с.15; 100, с.67]. У процесі вивчення спецкурсу було застосовано як традиційні, так і інноваційні лекції.

За результатами аналізу сучасних наукових розвідок [6; 84; 100; 140; 221; 232] було виявлено, що лекції виконують низку функцій, як-от: інформаційну, мотиваційну, організаційно-орієнтаційну, професійно-виховну, методологічну, оцінну, розвивальну тощо. У процесі експериментальної роботи зміст лекцій та методика їх проведення реалізовували перелічені функції.

Зокрема, на початку вивчення дисципліни було проведено вступну лекцію для зацікавлення студентів, стимулювання пізнавальних інтересів та мотивації до вивчення навчального матеріалу. Під час вступної лекції на тему «Підприємницький аспект професійної діяльності фахівця сфери послуг і туризму» було представлено мету і цілі дисципліни, перелічено ключові завдання, окреслено позиції підприємництва у сфері обслуговування загалом. Перед початком висвітлення основних положень навчального матеріалу, викладачем було проведено вправу на визначення очікувань студентів за допомогою інтерактивного сервісу «AnswerGarden». Після оголошення назви спецкурсу студенти отримали завдання сформулювати одним поняттям свої очікування від вивчення дисципліни і записати їх за відповідною інтернет-адресою (<https://answergarden.ch/>), використовуючи власний смартфон. Пізніше, дізнавшись мету, цілі, завдання дисципліни, студенти мали змогу доповнити власні відповіді. Таким чином активізували рефлексію студентів ЕГ, а викладач мав змогу проаналізувати відповіді студентів і доповнити зміст навчального матеріалу відповідно до їхніх очікувань. Упродовж вступної лекції було використано метод візуалізації,

презентовано ключові положення змісту лекції у вигляді схем і таблиць. Водночас було зреалізовано діалогічний метод, оскільки упродовж лекції викладач стимулював обговорення, студенти мали змогу ставити питання, уточнювати незрозумілі положення.

З-поміж інноваційних форм проведення лекцій, наведемо приклад лекції-прес-конференції на тему «Самоменеджмент фахівців сфери послуг і туризму», до якої було залучено студентів-доповідачів, а також магістрантів спеціальності «Туризмознавство», які вже працюють у сфері послуг і туризму та реалізують підприємницьку культуру в професійній діяльності. У відповідності до плану заняття розглядали питання ціннісних орієнтирів менеджера сфери послуг і туризму, вивчали методи планування і нормування особистої роботи менеджера, техніки тайм-менеджменту та психологічні особливості взаємодії з клієнтами, а також особливості самомотивування і самоконтролю фахівця. Під час лекції студенти-слухачі мали змогу ставити письмові запитання студентам-доповідачам. Таким чином формували уміння учасників такої лекції правильно формулювати питання, знаходити вихід із складних комунікативних ситуацій, розвивали уміння аргументовано доводити та спростовувати окремі положення, поважати позиції співрозмовників тощо, оскільки вищенаведені навички є складовими соціально-етичного компонента підприємницької культури.

Продовжили розгляд означеної теми під час практичних занять, на яких було проаналізовано дієві методи самоменеджменту, визначено особливості використання в професійній діяльності дотичних напрямів, як-от: управління кар'єрою, менеджмент комунікацій, ресурс-менеджмент та стрес-менеджмент. Побіжно було розглянуто питання лайф-менеджменту (нової системи управління життям та його окремими аспектами, а саме: життєві цілі, завдання, фінанси, час, здоров'я тощо). Оскільки порушена проблема є актуальною і значущою, обмежений час практичних занять не дозволив розглянути усі її аспекти. Тому в межах експериментальної роботи, на рефлексивно-творчому етапі, було проведено тренінгове заняття на тему «Особистісна ефективність: практика самоменеджменту». Таким чином було закріплено здобуті під час лекції та

практичних занять знання, практичні, уміння і навички, сформовано особистісне прагнення і мотивацію для впровадження вивченого в життя і майбутню професійну діяльність.

Під час вивчення авторського спецкурсу на практичних заняттях поряд з традиційними методами навчання (бесіда, дискусія, наукове повідомлення, практичні вправи тощо), використовували низку інноваційних методів та прийомів. З-поміж таких доцільно виокремити методи есе, «світове кафе», «мозковий штурм» («brainstorming»), метод ПРЕС, асоціативні карти, кейс-метод, метод проєктів, ділові ігри тощо.

За рекомендаціями В.Любарець, в освітній процес впровадили когнітивну візуалізацію спрямовану на «використання когнітивних (пізнавально-сміслових) можливостей наочного подання навчального матеріалу засобами кольору і форми, графічно-схематичного зображення комплексних пізнавальних завдань і мультиплікації» [130, с.16]. У руслі зазначеного, на практичних заняттях використовували інтелектуальні карти («mind map»), «хмари слів», тематичні презентації, гіфки, інфографіки, дописи для соціальних мереж тощо. Засобами для розробки візуалізацій були інтернет-сервіси (або програми для ПК) та відповідні мобільні додатки, як-от: Canva, Padlet, Google Photos, Slides, Word Clouds, Word Art, miMind, FreeMind, XMind та ін. Таким чином було використано потенціал інформаційно-освітнього середовища ЗВО, активізовано пізнавальні інтереси студентів, забезпечено інноваційну спрямованість фахової підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму у межах формувального експерименту.

У таблиці 3.12 наведено зміст, основні завдання, форми, методи і прийоми навчання, використані засоби для досягнення поставлених цілей.

Таблиця 3.12

**Зміст, форми і методи навчання використані на практичних заняттях  
навчальної дисципліни «Підприємницька культура майбутніх фахівців  
сфери послуг і туризму»**

№ з/п	Тема заняття	Зміст заняття	Ключові категорії	Форми і методи навчальної діяльності
1	Підприємницька культура у професійній діяльності фахівця сфери послуг і туризму	Культура як чинник ефективності підприємницької діяльності. Завдання і функції підприємницької культури у сфері обслуговування. Зміст і складові підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму.	культура, підприємницька культура, ризики, інновації, успіх, сфера послуг і туризму, підприємництво, етика бізнесу	евристична бесіда на тему «Підприємець у сфері обслуговування: хто він?»; робота в малих групах для визначення чинників, які впливають на успіх підприємця; мозковий штурм на тему «Підприємницька культура і бізнес: шлях до успіху»; «AnswerGarden» для встановлення зворотного зв'язку
2	Психологічні аспекти підприємницької культури фахівців сфери обслуговування	Психологічні теорії підприємництва. Типологія бізнесменів і підприємців. Психологічний портрет підприємця. Мотивація підприємницької діяльності. Ціннісні орієнтації сучасних підприємців. Психологічні бар'єри у підприємницькій діяльності. Вплив емоційного інтелекту підприємця на успішність професійної діяльності.	підприємець, психологічний портрет, ціннісні орієнтації, психологічні бар'єри, ініціатива, ризики, свобода, відповідальність, незалежність, потреби, мотиви,	«хмари слів» для встановлення якостей, характерних для сучасного підприємця; метод ПРЕС для обґрунтування способів подолання психологічних бар'єрів; міні-лекція на тему «Емоційний інтелект підприємця» (завчасно готують студенти) і створення за її змістом інфографіки; кейс-метод для виявлення способів

			дії, інтелект, емоційний інтелект	використання емоційного інтелекту в підприємницькій діяльності сфери послуг і туризму; онлайн-відгук про заняття (Dashboard)
3	Самоменеджмент і самомаркетинг фахівців сфери послуг і туризму	Особистісні якості підприємця сфери послуг і туризму. Поняття про самоменеджмент і самомаркетинг підприємця сфери послуг і туризму. Мета, переваги і функції самоменеджменту. Планування особистої роботи підприємця. Встановлення пріоритетів. Технології підвищення особистісної продуктивності. Методи тайм-менеджменту. Стрес-менеджмент. Ресурс-менеджмент. Імідж і стиль ділової людини. Поняття «імідж підприємця». Вплив самомаркетингу на ефективність підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму.	особистісні і якості, самоменеджмент, самомаркетинг, тайм-менеджмент, стрес-менеджмент, ресурс-менеджмент, лідерство, готовність до ризику, ініціативність, самомотивування, імідж, стиль, ефективність, планування, організація, контроль, продуктивність	вправа «криголам»: робота в парах «Чемпіони»; тестування студентів за методикою В.Петренка, М.Табахарнюка, О.Пасічника і колективне обговорення результатів; робота в малих групах – розробка інтелект-карт на теми «Тайм-менеджмент», «Стрес-менеджмент», «Ресурс-менеджмент»; презентація результатів роботи групі; групова дискусія на тему «Імідж і стиль підприємця сфери послуг і туризму»; розробка особистого портфолію; онлайн-відгук про заняття (Google-Forms)
4	Соціально-етичні засади підприємництва у сфері послуг і туризму	Сучасні підходи до визначення соціальної відповідальності підприємництва. Соціально-етичні принципи підприємницької діяльності. Участь	соціально-етичні цінності, соціальна відповідальність, благодійництво,	асоціативна карта «Соціальна відповідальність»; презентація на тему «Світові моделі соціальної відповідальності підприємництва»; есе

		<p>підприємців у вирішенні соціально значущих проблем. Забезпечення ринку праці. Екологічна відповідальність підприємницької діяльності у сфері обслуговування. Участь підприємців у благодійній діяльності. Меценатство.</p>	<p>меценатство, екологічна відповідальність, взаєморозуміння, зобов'язання, місія, стратегія</p>	<p>«СВП сфери обслуговування в Україні: реалії і перспективи»; вправа «коло ідей» для визначення особливостей меценатства; «AnswerGarden» для встановлення зворотного зв'язку</p>
5	<p>Культура етикету підприємницької діяльності у сфері обслуговування</p>	<p>Загальні положення культури етикету в підприємницькій діяльності. Морально-етичні установки в системі підприємницької взаємодії. Принципи етичної поведінки та етичних стандартів у підприємницькій діяльності сфери обслуговування. Загальні особливості ділового етикету в різних країнах світу. Крос-культурні відмінності підприємницького спілкування і взаємодії.</p>	<p>етика, етикет, етичні стандарти, етична поведінка, мораль, етика бізнесу, конкуренція, крос-культурні відмінності, формальні і неформальні зустрічі</p>	<p>«хмари слів» на тему «Принципи етичної поведінки у бізнесі»; міні-лекція «Діловий етикет в різних країнах»; робота в малих групах за методикою «світове кафе» «Етика молодого підприємця»; відгук про заняття за методом «сендвічу»</p>
6	<p>Культура підприємницького спілкування і ефективної взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності</p>	<p>Поняття про підприємницьке спілкування у сфері обслуговування. Структура спілкування. Ефекти перцепції. Роль невербальної комунікації в ділових стосунках. Конфлікти у професійній діяльності: сутність і види, причини</p>	<p>спілкування, комунікація, перцепція, вербальна і невербальна комунікація, конфлікт, стиль</p>	<p>самопрезентація за методом «Павутинка»; ділова гра на тему «Ефективні перемовини з іноземними інвесторами»; метод ПРЕС для визначення досягнень і труднощів у процесі ділової гри, рефлексія</p>



		і наслідки. Стратегія і тактика поведінки в конфліктних ситуаціях. Методи вирішення конфліктів на підприємстві.	поведінки, компроміс, конкуренція, уникнення	
7	Корпоративна культура у сфері послуг і туризму	Соціально-психологічне середовище підприємства. Статусно-рольова структура підприємства. Зміст поняття «корпоративна культура». Типологія корпоративної культури. Корпоративні традиції, свята.	корпоративна культура, неформальне спілкування, ієрархія, лідерство, норми поведінки, адаптація, значущість, залученість, традиції, свята,	розробка і захист групових проєктів «Формування корпоративної культури підприємства (на прикладі підприємства сфери послуг і туризму)» з використанням сервісів Google; рефлексія методом «незавершених речень» в онлайн-системі Dashboard

У Додатку К представлено короткий огляд методів і технологій, використаних в процесі формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, уточнено сутність і наведено приклади використання.

Зауважимо, що процес формування підприємницької культури майбутніх фахівців не вичерпується переліченими методами. Їх необхідно постійно оновлювати, удосконалювати, доповнювати іншими активними методами і прийомами навчання, оскільки підприємництво передбачає діяльність у непередбачуваних, нетипових умовах, екстремальних економічних ситуаціях, що потребує швидкої реакції, розумного ризику, інноваційного вирішення проблеми.

Застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в процесі експериментальної роботи супроводжувалося використанням засобів хмароорієнтованого освітнього середовища. Таким чином було забезпечено доступність, гнучкість, персоніфікованість, інтерактивність, групову співпрацю студентів ЕГ та викладачів для досягнення дидактичних цілей [146, с.12; 254]. У

руслі означеного активно використовували сервіси Google, з-поміж яких Gmail, Google-пошук, Google Photos, Classroom, Drive, Docs, Slides, Forms, Dashboard тощо. Усі студенти, залучені до експериментальної роботи мали облікові записи Google, які дозволяли користуватися переліченими додатками не лише з ПК, а й зі смартфонів, що значно підвищило доступність і мобільність освітнього процесу. Для призначення завдань та їх перевірки було створено спільноту Classroom, в яку входили студенти ЕГ. Використовуючи додаток Forms проводили поточні опитування, тестування для перевірки рівня засвоєння навчального матеріалу. Сервіси Google Photos, Slides, Dashboard дозволяли візуалізувати, систематизувати й узагальнити навчальний матеріал.

Використання в процесі фахової підготовки перелічених засобів зумовлене також потребами майбутньої професійної діяльності. У сучасній сфері обслуговування існує низка напрямів застосовування ІКТ, а саме: управління технологічними процесами; комунікації та зв'язку; формування та просування продукту; маркетингових досліджень та реклами; електронних презентацій та каталогів; передачі та отримання оперативної інформації; забезпечення безпеки тощо [209, с.60]. Оволодіння відповідними навичками під час навчання в ЗВО забезпечує здатність майбутніх фахівців ефективно використовувати їх для розв'язання професійних завдань.

Одним із аспектів змістово-процесуального етапу було доповнення програми виробничої практики на 3 курсі індивідуальними завданнями для студентів ЕГ, спрямованими на опанування уміннями й навичками підприємницької культури у процесі безпосередньої професійної діяльності. Відповідно до плану проходження виробничої практики, студенти мають поглибити і закріпити теоретичні знання, набути необхідні практичні навички управлінської, планово-економічної, маркетингової діяльності підприємств туристичної індустрії та готельно-ресторанного бізнесу. У руслі виконаного дослідження нами було акцентовано на особливостях підприємницької культури керівників підприємств сфери послуг і туризму. Студенти отримали індивідуальні завдання, результати виконання яких представили під час звітної конференції. Тематика завдань охоплювала окремі

аспекти порушеної проблеми, яку студенти презентували у контексті роботи підприємства, на базі якого проходили виробничу практику, а саме: «Технології підвищення особистісної продуктивності управлінського персоналу і працівників підприємства», «Корпоративна культура підприємства: досягнення і недоліки», «Форми і методи підвищення рівня підприємницької культури управлінського персоналу підприємства», «Особливості забезпечення соціальної відповідальності підприємства» тощо.

На другому етапі формувального експерименту організація науково-дослідної діяльності студентів передбачала виконання курсових робіт. Як відомо, підготовка курсової роботи чи проєкту передбачає «розвиток навичок самостійного пошуку, підбору, систематизації, аналізу і узагальнення літературного і довідкового матеріалу; систематизацію, закріплення і творче використання теоретичних знань за фахом; оволодіння методиками наукового дослідження і набуття початкового досвіду науково-дослідної роботи; розвиток умінь і навичок логічного і послідовного оформлення наукових висновків, власних думок, використання наукової термінології, аргументації своїх висновків і пропозицій; підвищення культури оформлення наукового, методичного і довідкового матеріалу» [165, с.4].

У межах формувального експерименту тематику курсових робіт на II, III та IV курсах спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм» було доповнено темами, які передбачали дослідження окремих аспектів підприємництва загалом і підприємницької культури в означеній галузі. А саме: «Базові поняття та сутність мотивації в підприємницькій діяльності», «Планування діяльності туристичного підприємства», «Ресурсне забезпечення діяльності туристичного підприємства», «Характеристика етапів створення туристичного підприємства», «Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємств сфери туризму», «Шляхи оптимізації рекламної діяльності туристичних підприємств м. Івано-Франківська», «Підприємницькі ризики у сфері сільського зеленого туризму», «Особливості організації курортних готельних підприємств», «Сучасні вимоги до персоналу готельних підприємств різних типів», «Інформаційні технології в управлінні підприємств готельно-ресторанного бізнесу», «Удосконалення якості

обслуговування та системи мотивації праці на підприємствах ресторанного господарства», «Інформаційні технології в ресторанному бізнесі», «Соціально-етичні засади підприємництва у сфері послуг і туризму», «Проблема клієнтоорієнтованості на сучасних підприємствах сфери послуг і туризму» та ін.

Зауважимо, що тематика курсових робіт була доступна для всіх студентів факультету відповідно до спеціальності, а не лише для учасників формувального експерименту, а вибір тем здійснювався студентами довільно. Вивчаючи обраний аспект проблеми, студенти працювали під керівництвом викладачів – наукових керівників курсових робіт і зверталися за консультаціями до дисертантки.

Захист курсових робіт відбувся у форматі міні-конференції із залученням студентів експериментальних груп, які мали змогу долучатися до обговорення питань, дискутувати з приводу актуальних проблем розвитку підприємництва у сфері послуг і туризму.

Отож, мету змістово-процесуального етапу формувального експерименту було досягнуто, зrealізовано другу і третю педагогічні умови, сутність яких у широкому розумінні передбачала формування професійних компетентностей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму загалом і компонентів підприємницької культури у їх змісті. Свідченням цього стали результати вивчення навчальної дисципліни «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму», підсумкові конференції захисту курсових робіт та результатів виробничої практики. Проведені бесіди, опитування та аналіз навчальних досягнень студентів ЕГ переконали в ефективності експериментальної діяльності.

Рефлексивно-творчий етап формувального експерименту було реалізовано на III-IV курсах професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. За рекомендаціями Г.Матукової, на цьому етапі було продовжено створення умов для розвитку професійних компетентностей майбутніх фахівців досліджуваної галузі, закладено ключові засади їх бізнес-культури і акцентовано на особистісно-рефлексивній готовності до продуктивної діяльності та особистісно-професійного саморозвитку [139, с.122].

Основними формами освітньої роботи на цьому етапі було реалізовано додаткові позааудиторні заходи, як-от: проведення професійно-орієнтованих тренінгів, виконання студентами ЕГ тематичних підсумкових проєктів у малих групах і складання портфоліо. Ефективним було використання тренінгів, метою яких було формування міжособистісної складової майбутньої професії, розвиток психодинамічних характеристик, емоційного інтелекту та ключових компетентностей. Методика проведення тренінгів охоплювала використання низки активних форм, методів і прийомів навчальної діяльності, які позитивно впливали на формування професійних компетентностей і «soft skills» (універсальних навичок, актуальних для різних напрямів діяльності, як-от: навички комунікації, критичне мислення, емоційний інтелект, креативність, когнітивна гнучкість, презентаційні навички тощо). У процесі тренінгів використовували міні-лекції, мозковий штурм, рольові ігри, комунікативні завдання, презентації та самопрезентації тощо. Однак дотримувалися поєднання таких структурних компонентів тренінгу як засвоєння, демонстрація і застосування. Тематика тренінгів: «Клієнтоорієнтованість на підприємстві сфери обслуговування», «Лідерство у підприємництві», «Конфлікти у підприємницькій діяльності: проблеми і приховані ресурси», «Особистісна ефективність: практика самоменеджменту», «Емоційний інтелект у підприємництві» та ін.

Проєктна технологія була застосована для розробки осередків туристичних подорожей на території Прикарпаття. Студенти отримали завдання сформувавши буклети для реклами та залучення клієнтів до туристичних об'єктів, як-от: с.Татарів, смт.Верховина, м.Косів, м.Долина, м.Болехів, с.Поляниця та ін. для підвищення їх туристичної привабливості. Студенти ЕГ працювали у малих групах, представляли коротку характеристику території, здійснювали історичний екскурс, наводили відомості про походження міста чи села, найпривабливіші дестинації, зручні маршрути та наявну інфраструктуру, фото найцікавіших об'єктів (Додаток К). Поширення розроблених буклетів у соціальних мережах дозволило збільшити інтерес потенційних клієнтів до представлених маршрутів. Таким чином студенти у практичній діяльності ознайомилися з формами, методами і прийомами

маркетингу туристичних осередків, що вплинуло на підвищення рівня когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури.

У майбутніх фахівців формували творчий підхід до вирішення професійних завдань, усвідомлення ними рівня власної компетентності, готовність до здійснення підприємницької діяльності в туристичній галузі та сфері послуг і, водночас, аналіз можливих труднощів, здатність до розумного ризику, зорієнтованість на якість та ефективність діяльності. Стимулювали потребу розвивати власну кваліфікацію, поповнювати знання, удосконалювати уміння і навички упродовж життя, а не лише під час освітнього процесу у закладі вищої освіти. Такий підхід відповідає потребам часу і є основою для збереження конкурентоздатності фахівців в умовах ринкової економіки.

### **3.3. Результати перевірки педагогічних умов формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму**

Упродовж формувального етапу експериментальної роботи в освітній процес було впроваджено педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, які стали визначальними для створення авторської організаційно-педагогічної моделі. Для перевірки ефективності розробленої моделі було використано порівняльний метод, який передбачав зіставлення результатів, отриманих у контрольних та експериментальних групах на констатувальному етапі та після завершення формувального експерименту.

Як зазначалося вище, освітній процес у контрольних групах здійснювали за традиційною методикою, а в експериментальних групах впроваджували авторську модель для формування компонентів підприємницької культури, а саме: мотиваційно-ціннісного, когнітивно-праксеологічного, особистісно-рефлексивного та соціально-етичного. На констатувальному етапі визначали початковий рівень сформованості кожного компонента і загальний коефіцієнт підприємницької культури в контрольній та експериментальній групі. Порівняльний аналіз змін було визначено за кожним компонентом в обидвох

групах за визначеними попередньо критеріями та формулами (1, 2, 3). Діагностичний інструментарій використовували аналогічний (Додаток 3), а відхилення в отриманих результатах зображали графічно (таблиці, схеми, діаграми тощо).

Для доведення ефективності проведеної експериментальної роботи було використано математичні методи обробки даних, а саме –  $\varphi^*$ - критерій кутового перетворення Фішера. За словами дослідників, даний критерій оцінює достовірність відмінностей між процентними долями двох вибірок, в яких зареєстровано досліджуваний ефект. Сутність кутового перетворення Фішера полягає у переводі процентних долей у величини центрального кута, що вимірюється у радіанах. Більшій процентній долі відповідає більший кут, а меншій долі – менший кут  $\varphi^*_{емп} = 2 \times \arcsin \sqrt{P}$ , де  $P$  – процентна доля, виражена в долях одиниці, чим більша величина  $\varphi^*$ , тим більш ймовірно, що відмінності достовірні [29, с.208].

Вибір  $\varphi^*$ - критерій кутового перетворення Фішера зумовлений тим, що специфіка виконаного дослідження відповідає встановленим вимогам: жодна з часток не дорівнює нулю, верхня межа вибірок відсутня, нижня межа – два спостереження в одній вибірці [156, с.330–332].

Інтерпретували результати за статистичними гіпотезами:

$H_0$ : частка осіб, у яких спостерігається досліджуваний ефект, у вибірці ЕГ не більша, ніж у вибірці КГ.

$H_1$ : частка осіб, у яких спостерігається досліджуваний ефект, у вибірці ЕГ більша, ніж у вибірці КГ.

При цьому використовували формулу:

$$\varphi^*_{емп} = (\varphi_e - \varphi_k) \times \sqrt{\frac{n_e \times n_k}{n_e + n_k}}, \quad (4)$$

де  $\varphi^*_{емп}$  – кут, що відповідає більшій відсотковій долі;

$\varphi_k$  – кут, що відповідає меншій відсотковій долі;

$n_e$  і  $n_k$  – обсяг вибірок експериментальної та контрольної груп.

Критичні значення для  $\varphi^*_{кр}$  (5) порівнювали з отриманими показниками:

$$\varphi^*_{кр} = \begin{cases} 1,64 & (p \leq 0,05) \\ 2,31 & (p \leq 0,01) \end{cases} \quad (5)$$

Якщо одержане значення є меншим від 1,64, формулюємо висновок про незначущість відмінностей (розбіжності спричинені випадковими факторами, вибірки є однаковими, справедлива гіпотеза  $H_0$ ). Якщо ж одержане значення є більшим від 2,31, формулюємо висновок про значущість відмінностей (розбіжності не є випадковими, вибірки різними за досліджуваною ознакою, приймається гіпотеза  $H_1$ ). При емпіричному значенні критерію від 1,64 до 2,31 за спеціальною таблицею визначали рівень значущості (ймовірність помилки) [156].

У контексті досліджуваної проблеми статистичні розбіжності визначали за кожним з компонентів підприємницької культури і робили висновки про ефективність формувального експерименту, наявність або відсутність суттєвих відмінностей у показниках, отриманих в КГ і ЕГ на початку та в кінці дослідження. Алгоритм розрахунків  $\varphi^*$ - критерію кутового перетворення Фішера наведено у Додатку Л.

Результати контрольного зрізу після проведення формувального експерименту наведено у таблицях. У таблиці 3.13 представлено рівні сформованості мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури.

*Таблиця 3.13*

**Рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента  
підприємницької культури майбутніх фахівців  
сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ  
(до та після формувального експерименту)**

Рівні сформованості компонентів підприємницької культури	До експерименту, %		Після експерименту, %		Динаміка	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Високий	12,5	10,7	42,2	13,3	+29,7	+2,2
Достатній	30,1	26,4	36,3	37,2	+6,2	+10,8



Низький	30,4	32,9	18,6	38,0	-11,8	+5,1
Критичний	27,0	30,0	2,9	11,5	-24,1	-18,5
$K_{km}$	2,28	2,17	3,17	2,52	+0,89	+0,35

Результати визначення рівня мотиваційно-ціннісного компонента підприємницької культури показали значні зміни у показниках студентів ЕГ, оскільки виявлено на 29,7% більше студентів з високим рівнем сформованості досліджуваного компонента, в той час, як в КГ таких студентів виявилось лише на 2,2% більше, ніж на початку експериментального дослідження. Достатній рівень виявили у 36,3% студентів ЕГ, що на 6,2% більше, ніж під час констатувального експерименту. Натомість значно зменшилася кількість студентів ЕГ з низьким (на 11,8% менше) та критичним рівнями (на 24,1% менше). Таким чином, акцентування на мотивації здобувачів до підприємницької діяльності, цілеспрямована робота для формування ціннісних орієнтацій, використані засоби активізації пізнавальних інтересів і формування спрямованості студентів ЕГ на досягнення успіху в професійній діяльності сприяли підвищенню рівня досліджуваного компонента підприємницької культури. В учасників КГ рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента також підвищився, однак результати різниця між показниками студентів ЕГ відчутна. Це засвідчила обробка одержаних результатів за допомогою статистичних методів, а саме –  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера. Для визначення статистичних гіпотез за мотиваційно-ціннісним компонентом було здійснено низку обчислень. Використовували таблиці критичних значень  $\phi^*$ -критерію [156, с.54-56] та чотириклітинні робочі таблиці (Додаток Л, таблиця Л.2) було виявлено, що  $\phi_1$  (78,4%) = 2,175,  $\phi_2$  (50,5%) = 1,581. Емпіричне значення розраховували за формулою (4):

$$\phi^*_{emn} = (2,175 - 1,581) \times \sqrt{\frac{105 \times 102}{105 + 102}} = 4,277$$

Одержаний результат порівняли із критичними значеннями  $\phi^*$ -критерію, які наведені у формулі (5) і виявили, що значення  $\phi^*_{emn}$  (4,277) більше від  $\phi^*_{кр}$  (2,31). Висновок: розбіжності не є випадковими, вибірки відрізняються за рівнем

сформованості мотиваційно-ціннісного компонента після формувального експерименту, приймається гіпотеза  $H_1$ , а гіпотеза  $H_0$  відхиляється.

Сформованість когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури в учасників експериментального дослідження виявляли за методиками, використаними під час констатувального етапу. У таблиці 3.14 представлено рівні сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму після апробації розробленої організаційно-педагогічної моделі.

Таблиця 3.14

**Рівень сформованості когнітивно-праксеологічного компонента  
підприємницької культури майбутніх фахівців  
сфери послуг і туризму в ЕГ та КГ  
(до та після формувального експерименту)**

Рівні сформованості компонентів підприємницької культури	До експерименту, %		Після експерименту, %		Динаміка	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Високий	1,7	1,7	34,3	9,5	+32,6	+7,8
Достатній	15,2	18,8	39,3	35,3	+24,1	+16,5
Низький	38,5	35,7	24,5	29,5	-14	-6,2
Критичний	44,6	43,8	1,9	25,7	-42,7	-18,1
$K_{kk}$	1,74	1,78	3,06	2,28	+1,32	+0,5

Вище наведені результати засвідчили відмінності в показниках, отриманих до формувального експерименту і після його проведення. В учасників ЕГ спостерігали значне підвищення рівня сформованості досліджуваного компонента. Кількість студентів з високим рівнем когнітивно-праксеологічного компонента збільшилася на 32,6%, з достатнім рівнем – на 24,1%. Натомість значно зменшилася кількість осіб в ЕГ, які мали низький рівень – 24,5% (на початку було 38,5%) та критичний – 1,9% (на початку – 44,6%). У студентів КГ показники когнітивно-праксеологічного

компонента також зазнали позитивних змін, однак порівняння результатів і використання статистичних обчислень переконали, що ці зміни незначні.

Емпіричне значення  $\varphi^*$ -критерію за когнітивно-праксеологічним компонентом (Додаток Л, таблиця Л.3) підприємницької культури майбутніх фахівців:

$$\varphi^*_{emn} = (2,060 - 1,467) \times \sqrt{\frac{105 \times 102}{105 + 102}} = 4,269$$

Одержаний результат порівняли із критичними значеннями  $\varphi^*$ -критерію, які наведені у формулі (5) і виявили, що значення  $\varphi^*_{emn}$  (4,269) більше від  $\varphi^*_{кр}$  (2,31). Висновок: розбіжності не є випадковими, вибірки ЕГ та КГ відрізняються за рівнем сформованості когнітивно-праксеологічного компонента, приймається гіпотеза  $H_1$ , а гіпотеза  $H_0$  відхиляється.

Показники особистісно-рефлексивного компонента визначали за методиками, схарактеризованими у підрозділі 3.1 та наведеними Додатку 3. Рівні сформованості особистісно-рефлексивного компонента підприємницької культури представлено у таблиці 3.15.

Таблиця 3.15

**Рівень сформованості особистісно-рефлексивного компонента  
підприємницької культури майбутніх фахівців  
сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ  
(до та після формувального експерименту)**

Рівні сформованості компонентів підприємницької культури	До експерименту, %		Після експерименту, %		Динаміка	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Високий	3,7	3,4	32,3	21,0	+28,6	+17,6
Достатній	16,2	14,5	34,3	22,8	+18,1	+8,3
Низький	55,6	53,1	19,6	38,1	-36	-15
Критичний	24,5	29,0	13,8	18,1	-10,7	-10,9
$K_{кр}$	1,99	1,92	ЕГ	2,46	+0,86	+0,54

Як представлено в таблиці, за особистісно-рефлексивним компонентом підвищився рівень в учасників ЕГ і КГ. В студентів ЕГ з високим рівнем означеного компоненту виявлено на 28,6% більше, ніж на початку експериментальної роботи. Достатній рівень продемонстрували на 18,1% більше осіб. Значно зменшилася кількість студентів з низьким рівнем (стало 19,6% на противагу 55,6% - початкові показники) та критичним – стало 13,8% (на початку експерименту було 24,5%). В КГ кількість студентів із високим та достатнім рівнем також зросла, що зумовлено підвищенням професійної орієнтованості освітнього процесу в традиційній системі освіти, змістом дисциплін професійного циклу, результатами проходження виробничої практики тощо, оскільки особистісно-рефлексивний компонент базується на усвідомленості готовності до майбутньої професійної діяльності та сформованості особистісних якостей, які формуються цілеспрямовано і стихійно під впливом низки чинників. Зауважимо, що у змісті впровадженої організаційно-педагогічної моделі така робота здійснювалася цілеспрямовано і передбачала комплекс заходів, зорієнтованих на формування якостей підприємницької культури, рефлексію і саморозвиток.

Емпіричне значення  $\varphi^*$ -критерію за особистісно-рефлексивним компонентом (Додаток Л, таблиця Л.4) підприємницької культури майбутніх фахівців:

$$\varphi^*_{emn} = (1,911 - 1,446) \times \sqrt{\frac{105 \times 102}{105 + 102}} = 3,348$$

Критичні значення  $\varphi^*$ -критерію, які наведені у формулі (5) порівняли з одержаними показниками і виявили, що значення  $\varphi^*_{emn}$  (3,348) більше від  $\varphi^*_{кр}$  (2,31). Висновок: розбіжності не є випадковими, вибірки ЕГ та КГ відрізняються за рівнем сформованості особистісно-рефлексивного компонента, приймається гіпотеза  $H_1$ , а гіпотеза  $H_0$  відхиляється.

У змісті соціально-етичного компонента підприємницької культури міститься усвідомлення фахівцями сфери обслуговування суспільної значущості підприємницької діяльності й здатності вибудовувати взаємовідносини із партнерами, споживачами та співробітниками. Виявлення стану сформованості

означеного компонента здійснювали за методиками самоконтролю у спілкуванні та авторською методикою самооцінки, використані на констатувальному етапі. У таблиці 3.16 представлено рівні сформованості соціально-етичного компонента підприємницької культури.

Таблиця 3.16

**Рівень сформованості соціально-етичного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в КГ та ЕГ**

(до та після формувального експерименту)

Рівні сформованості компонентів підприємницької культури	До експерименту, %		Після експерименту, %		Динаміка	
	ЕГ	КГ	ЕГ	ЕГ	ЕГ	КГ
Високий	4,9	4,5	39,3	+34,4	+34,4	+14,6
Достатній	26,2	25,7	35,3	+9,1	+9,1	+1
Низький	43,4	48,6	22,5	-20,9	-20,9	-11,5
Критичний	25,5	21,2	2,9	-22,6	-22,6	-4,1
$K_{ke}$	2,10	2,13	3,11	+1,01	+1,01	+0,35

Наведені в таблиці результати показали, що у студентів ЕГ рівень соціально-етичного компонента значно підвищився. Високий рівень виявлено у 39,3% учасників ЕГ, що на 34,4% більше, ніж на початку формувального експерименту, студентів ЕГ з достатнім рівнем виявили на 9,1% більше. Натомість низький і критичний засвідчили відповідно 22,5% та 2,9%. Зміни у показниках студентів КГ не були такими значними: високий рівень сформованості означеного компонента засвідчило на 14,6% студенті більше, ніж на початку, достатній рівень – на 1% більше, з низьким рівнем виявилось на 11,5% менше, з критичним – на 4,1% менше. Таким чином, вважаємо, що традиційна система фахової підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування потребує посилення соціально-етичної спрямованості, поглиблення уявлень здобувачів про соціальну відповідальність

підприємництва в різних галузях, а також удосконалення навичок взаємодії, комунікації, ділових контактів, які ґрунтуються на морально-етичних засадах та загальнолюдських цінностях. Експериментальна робота передбачала цілеспрямоване формування соціально-етичного компонента підприємницької культури під час впровадження навчальної дисципліни «Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика», професійно орієнтованих тренінгів, утвердження партнерських взаємовідносин між учасниками освітнього процесу тощо.

Емпіричне значення  $\varphi^*$ -критерію за соціально-етичним компонентом (Додаток Л, таблиця Л.5) підприємницької культури майбутніх фахівців:

$$\varphi^*_{emn} = (2,081 - 1,519) \times \sqrt{\frac{105 \times 102}{105 + 102}} = 4,046$$

Критичні значення  $\varphi^*$ -критерію, які наведені у формулі (5) порівняли з одержаними показниками і виявили, що значення  $\varphi^*_{emn}$  (4,046) більше від  $\varphi^*_{кр}$  (2,31). Висновок: розбіжності не є випадковими, вибірки ЕГ та КГ відрізняються за рівнем сформованості соціально-етичного компонента, приймається гіпотеза  $H_1$ , а гіпотеза  $H_0$  відхиляється.

Узагальнення одержаних результатів за всіма компонентами підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму КГ та ЕГ до та після впровадження організаційно-педагогічної моделі представлено в таблиці 3.17.

Як свідчать наведені в таблиці результати і порівняння даних, одержаних на констатувальному етапі експерименту та після формувального етапу, ефективність упровадження розробленої організаційно-педагогічної моделі підтверджено за усіма компонентами підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в експериментальній групі, як зазначено вище. Загальний рівень сформованості підприємницької культури в студентів ЕГ суттєво покращився: високий рівень показали 37,0% натомість на початку експерименту таких студентів було лише 5,9% (різниця становить 31,1%), достатній засвідчили 36,3% студентів, а на початку експерименту було 22,1% (позитивна динаміка – 14,2%). Значно зменшилася кількість учасників ЕГ з низьким і критичним рівнем підприємницької

культури, а саме: з низьким рівнем на початку експериментальної роботи було 41,7% студентів ЕГ, а в кінці – 21,3%, з критичним рівнем було виявлено на початку 30,3%, а після завершення експерименту – 5,4%. У студентів КГ високий рівень підприємницької культури зріс на 10,7%, достатній – на 9%, кількість студентів з низьким рівнем зменшилася на 6,6%, а з критичним – на 13,1% менше.

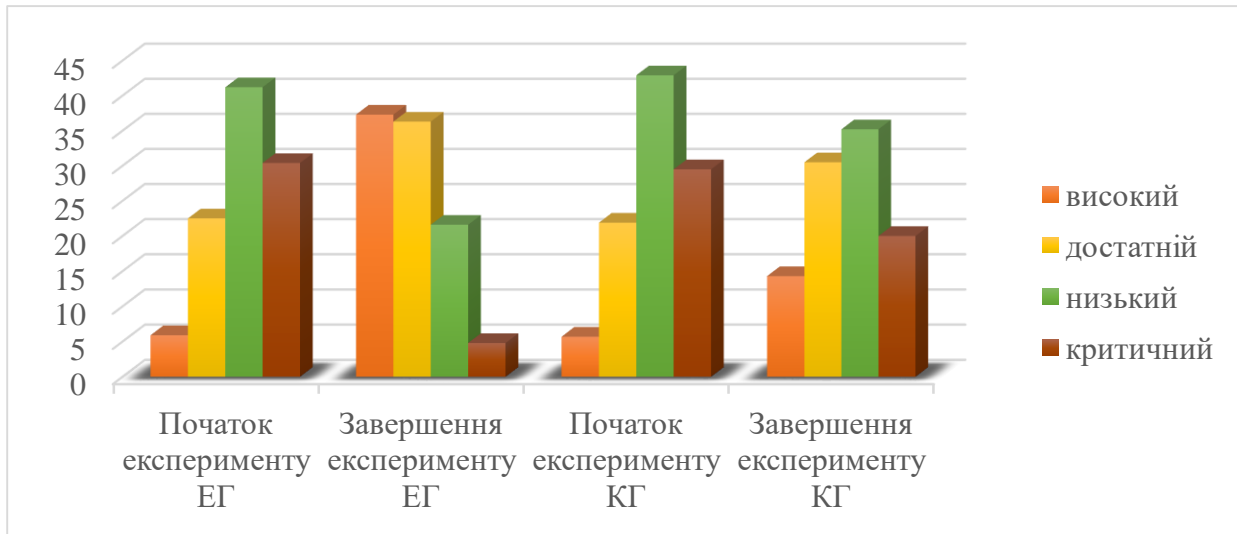
Таблиця 3.17

**Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму  
(динаміка рівнів сформованості учасників ЕГ та КГ упродовж експериментального дослідження)**

	Експериментальна група n=102								Контрольна група n=105							
	до експерименту				після експерименту				до експерименту				після експерименту			
	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний	високий	достатній	низький	критичний
<i>мотиваційно-ціннісний компонент</i>																
A3	13	30	31	28	43	37	19	3	11	28	34	32	14	39	40	12
%	12,7	29,4	30,4	27,5	42,2	36,3	18,6	2,9	10,5	26,7	32,4	30,5	13,3	37,2	38,0	11,5
<i>когнітивно-праксеологічний компонент</i>																
A3	2	16	39	45	35	40	25	2	2	20	37	46	10	37	31	27
%	2,0	15,7	38,2	44,1	34,3	39,3	24,5	1,9	1,9	19,0	35,3	43,8	9,5	35,3	29,5	25,7
<i>особистісно-рефлексивний компонент</i>																
A3	4	17	56	25	33	35	20	14	4	16	56	29	22	24	40	19
%	3,9	16,7	54,9	24,5	32,3	34,3	19,6	13,8	3,8	14,4	53,3	28,5	21,0	22,8	38,1	18,1
<i>соціально-етичний компонент</i>																
A3	5	27	44	26	40	36	23	3	4	27	51	23	20	28	39	18
%	4,9	26,5	43,1	25,5	39,3	35,3	22,5	2,9	3,8	25,7	48,6	21,9	19,1	26,7	37,1	17,1
<i>загальний рівень сформованості підприємницької культури</i>																
A3	6	23	42	31	38	37	22	5	6	23	45	31	15	32	37	19
%	5,9	22,5	41,2	30,4	37,3	36,3	21,6	4,8	5,7	21,9	42,9	29,5	14,3	30,5	35,2	20,0



Динаміка рівнів сформованості підприємницької культури здобувачів вищої освіти, залучених до експериментальної роботи, на початку та наприкінці експериментального дослідження наведена на рис. 3.1.



*Рис.3.1. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму(динаміка рівнів сформованості учасників EG та KG у відсотках упродовж експериментального дослідження)*

Достовірність наведених результатів експериментального дослідження підтверджено за допомогою  $\phi^*$ - критерію кутового перетворення Фішера, який показав суттєві розбіжності в показниках сформованості підприємницької культури студентів контрольної та експериментальної груп. Таким чином, аналіз результатів впровадження організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму переконав у її дієвості та ефективності.

Таким чином, представлено поетапну програму експериментального дослідження; виявлено стан проблеми формування підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму на практиці; визначено початкові показники сформованості підприємницької культури в учасників експериментального дослідження; наведено технологію впровадження організаційно-педагогічної моделі процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму та особливості її реалізації в сучасних закладах вищої освіти; проаналізовано й узагальнено результати здійсненого педагогічного експерименту.

Загальна програма дослідно-експериментальної роботи містила чотири етапи: підготовчий, творчо-пошуковий, дослідницький та аналітико-інтерпретаційний. Власне дослідницький етап передбачав виявлення стану проблеми формування підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму в сучасних закладах вищої освіти України, визначення початкового рівня сформованості підприємницької культури студентів означених спеціальностей шляхом проведення констатувального експерименту, анкетування, тестування студентів і викладачів, бесіди з учасниками освітнього процесу; психолого-педагогічні спостереження.

У ході констатувального етапу було виявлено, що проблема формування підприємницької культури фахівців індустрії гостинності є актуальною і практично значущою, а практика фахової підготовки не достатньо зорієнтована на розв'язання порушеної проблеми. Натомість, опитування випускників галузі знань 24 «Сфера обслуговування» та менеджерів приватних підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туристичної діяльності засвідчило, що низка освітніх компонентів у навчальних планах фахової підготовки має потенціал для формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Рівень сформованості підприємницької культури студентів контрольної та експериментальної груп на початку експерименту виявився на низькому рівні, що зумовило впровадження в освітній процес розробленої організаційно-педагогічної моделі.

У процесі формування етапу експерименту було перевірено ефективність педагогічних умов формування досліджуваної якості під час фахової підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Логіка впровадження організаційно-педагогічної моделі передбачала адаптаційно-мотиваційний, змістово-процесуальний, рефлексивно-творчий етапи, які було зреалізовано з опертям на особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний і контекстний підходи. Технологія впровадження розроблених педагогічних умов передбачала контекстне доповнення навчальних дисциплін професійного циклу змістом, формами і методами, зорієтованими на

формування підприємницької культури студентів експериментальних груп; впровадження в освітній процес навчальної дисципліни «Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика»; активізацію науково-дослідної роботи студентів шляхом участі в наукових проблемних групах, тематичного спрямування курсових робіт, участі в конференціях та наукових заходах; застосування в освітньому процесі разом з традиційними інноваційних форм і методів роботи (проблемні лекції, лекції-візуалізації, інтерактивні лекції, практичні заняття у формі тренінгів, використання методів зворотного зв'язку («фідбеку»), мозкового штурму, кейс-методів, ділових ігор, есе, методів ПРЕС, «світове кафе», асоціативні карти, впровадження засобів візуалізації, як-от: інтелектуальні мапи («mind map»), «хмари слів», тематичні презентації, гіфки, дописи для соціальних мереж тощо). на всіх етапах дослідно-експериментальної роботи активно використовували інформаційно-комунікаційні технології, а також освітні сервіси Google, які забезпечили мобільність, доступність, міжособистісну комунікацію, активізували навчальну діяльність учасників експериментальних груп.

Після завершення формувального експерименту було проведено діагностику стану сформованості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в контрольних та експериментальних групах. Одержані дані засвідчили позитивну динаміку рівня окремих компонентів і підприємницької культури загалом в студентів експериментальних груп. В контрольних групах також покращився стан сформованості підприємницької культури здобувачів, однак зміни виявилися несуттєві. Надійність і достовірність одержаних результатів було засвідчено шляхом використання статистичних методів ( $\phi^*$ - критерію кутового перетворення Фішера).

## ВИСНОВКИ

У дисертації досліджено педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, викладено результати узагальнення теоретичних аспектів, збагачено практичний досвід розв'язання порушеної проблеми у сучасних закладах вищої освіти України. Результати наукового пошуку аргументовано у загальних висновках.

1. Завдяки узагальненню результатів наукових досліджень конкретизовано теоретико-методологічні засади формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, а саме: виокремлено закономірності цього процесу (узгодження освітніх завдань з особливостями розвитку галузі і запитів ринку праці; проектування навчально-методичного забезпечення з урахуванням сучасних тенденцій організації освітнього процесу в ЗВО; моделювання освітніх траєкторій з урахуванням індивідуальних здібностей і потреб особистості) та методологічні підходи до організації фахової підготовки (особистісно орієнтований, компетентнісний, діяльнісний і контекстний).

2. На основі аналізу понятійного апарату дослідження («підприємництво», «підприємницька діяльність», «культура підприємництва», «підприємництво у сфері послуг і туризму» тощо) визначено зміст поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму» – це інтегральне особистісне утворення, що ґрунтується на системі ціннісних орієнтацій та установок (переконання, ставлення, мотиви, цілі тощо) і обумовлене особливостями діяльності в сфері послуг та туризму й реалізується у взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, визначаючи стратегію і тактику професійної діяльності й самореалізації особистості в означеному напрямі. Уточнено сутність ключових категорій, а саме: «підприємництво», «підприємницька культура», «формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму». У змісті поняття «формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»

розуміємо цілеспрямоване моделювання педагогічних умов, що забезпечують розвиток комплексу якостей, мотивів, прагнень, ключових і професійних компетентностей особистості й обумовлюють їх готовність до виконання професійних функцій із урахуванням галузевих, економічних та соціально-етичних засад підприємництва.

Встановлено компоненти підприємницької культури – мотиваційно-ціннісний (спрямованість особистості на реалізацію підприємницьких здібностей і якостей у професійній діяльності в сфері послуг та туризму через систему мотивів, ціннісних орієнтацій, потреб і переконань), когнітивно-праксеологічний (синтезує комплекс теоретичних і технологічних знань із використанням у професійно-освітній діяльності та формування на їхній основі підприємницьких здібностей і комунікативних навичок), особистісно-рефлексивний (сукупність професійно значущих якостей та здатність до рефлексії, яка впливає на професійне удосконалення й саморозвиток особистості), соціально-етичний (відповідність підприємницького аспекту професійної діяльності соціальним та етичним нормам). Обґрунтовано критерії і показники виокремлених компонентів, характеристики їх реалізації на високому, достатньому, низькому і критичному рівнях.

3. Доведено, що формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму ґрунтується на педагогічних умовах: формування вмотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти України; оволодіння професійними знаннями, формування підприємницьких умінь і навичок майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, збагачення їх підприємницького досвіду шляхом впровадження освітніх інноваційних технологій; формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців означеної сфери діяльності та стимулювання їх рефлексії засобами самоменеджменту і самомаркетингу; засвоєння морально-етичних норм підприємництва студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна

справа», розвиток навичок міжособистісної комунікації в процесі їх майбутньої професійної діяльності.

4. Розроблено й методично обґрунтовано організаційно-педагогічну модель процесу формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Її складові – соціально-детермінована (мета і завдання обумовлені соціальним замовленням), теоретико-методологічна (закономірності, методологічні підходи і принципи реалізації експериментального освітнього процесу), проєктувально-організаційна (технологія організації освітнього процесу з урахуванням поетапності, виокремлених педагогічних умов, відповідних змісту, форм, методів і засобів навчання), діагностико-результативна (виявлення ефективності експериментальної роботи шляхом діагностики рівнів сформованості підприємницької культури учасників експерименту).

5. Доведено ефективність розробленої моделі на підставі даних педагогічного експерименту, його констатувального та формувального етапів. У результаті констатувального – засвідчено незадовільний стан професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в сучасних закладах вищої освіти України, встановлено початковий рівень сформованості підприємницької культури здобувачів означених спеціальностей шляхом анкетування, тестування, бесід з учасниками освітнього процесу.

У ході формувального етапу зреалізовано педагогічні умови, впроваджено спеціальний курс «Підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика», використано низку інноваційних технологій, доповнено зміст науково-дослідної діяльності та програму виробничої практики студентів експериментальних груп тощо.

Діагностика рівнів сформованості компонентів підприємницької культури студентів контрольних та експериментальних груп засвідчила ефективність впровадженої моделі. За допомогою використаних статистичних методів ( $F^*$ -критерію кутового перетворення Фішера) встановлено достовірність одержаних результатів.

Виявлено, що розроблена організаційно-педагогічна модель вирізняється стійким позитивним впливом на освітній процес. Педагогічні умови суттєво підвищують ефективність формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, загалом позитивно впливають на професійну підготовку в закладах вищої освіти. Мету дослідження досягнуто, визначені завдання зrealізовано.

Водночас, одержані результати засвідчують необхідність подальших наукових пошуків, а саме: поглибленого теоретико-практичного вивчення шляхів формування підприємницької культури майбутніх фахівців різних галузей; збагачення й удосконалення методик і технологій професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму в закладах вищої освіти; упровадження інноваційних методів фахової підготовки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. Социологический словарь. Москва : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. 620 с.
2. Акоюн В.Г. Морально-етичні цінності підприємця : формування та розвиток (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. канд. філос. наук : 09.00.03 / Інститут вищої освіти АПН України. К., 2004. 24 с.
3. Андрійчук В.Г. Сутнісний аспект методології наукових досліджень. *Економіка АПК*. 2016. №7. С.87–94.
4. Андрущенко Т. В. Застосування сучасних методів навчання як інструмент підвищення якості вищої освіти в Україні. *Гілея: науковий вісник*. 2018. Вип. 137. С. 287-290.
5. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність: навч. посіб. / За наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2014. 304 с.
6. Артёмов І.В., Студеняк І.П., Головач Й.Й., Гусь А.В. Інновації у вищій освіті: вітчизняний і зарубіжний досвід: навч. посіб. Ужгород : ПП «АУТДОР-ШАРК», 2015. 360 с.
7. Артюшина М. В. Методи і прийоми мотивування і стимулювання навчальної діяльності студентів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2013. Вип. 3. С. 25-32. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU\\_2013\\_3\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2013_3_7) (дата звернення 04.11.2017)
8. Ашиток Н. Компетентнісний підхід до фахової підготовки працівників соціальної сфери у вищій школі. *Молодь і ринок*. №4 (135). 2016. С.12–16.
9. Бабич О., Семеніхіна О. До питання про співвідношення понять наочність і візуалізація. *Фізико-математична освіта. Науковий журнал*. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. № 2 (3). С. 47-53.
10. Банькина В.Н. Формирование предпринимательской культуры студентов учреждений среднего профессионального образования : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08; Волгоград, 2010. 24 с.



11. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.

12. Бахмат Н. Відкриті мережеві ресурси в системі освітньо-наукової підготовки магістрів. *Науковий вісник УМО : електронне видання*. 2017. Вип. 2 (20). URL : [http://umo.edu.ua/images/content/nashi\\_vydanya/metod\\_upr\\_osvit/v2\\_17/%D0%91%D0%90%D0%A5%D0%9C%D0%90%D0%A2.pdf](http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v2_17/%D0%91%D0%90%D0%A5%D0%9C%D0%90%D0%A2.pdf). (Фахове видання. Index Copernicus). (дата звернення 07.11.2018)

13. Бахмат Н. Інформаційно-освітнє середовище закладу вищої освіти в системі дистанційного навчання. *Наукові записки* [Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова]. Серія: Пед. науки / упоряд. Л. Л. Макаренко. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. Вип. 138. С. 28–38.

14. Бахмат Н. Проєктування процесу підготовки майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності в умовах інформаційно-освітнього середовища закладу вищої освіти. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи* : зб. наук. пр. / Уман. держ. пед. ун-ту ім. Павла Тичини. Умань, 2019. Вип. 50.

15. Бахмат Н. Професійна мобільність майбутніх фахівців сфери туризму. *Науковий вісник УМО : електронне видання*. Вип. 2019. Режим доступу : [http://umo.edu.ua/images/content/nashi\\_vydanya/visnyk\\_PO/11\\_40\\_2020/pedagog/Bulletin\\_11\\_40\\_Pedagogika\\_Bakhmat.pdf](http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/visnyk_PO/11_40_2020/pedagog/Bulletin_11_40_Pedagogika_Bakhmat.pdf).

16. Безкоровайна Л.В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах. дис... докт. пед. наук: 13.00.04; Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.

17. Безрученков Ю. В. Формування професійної культури майбутніх фахівців сфери ресторанного господарства у вищому навчальному закладі : автореф. дис. ...канд. пед. наук ; [спец.] 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти»; Луган. ун-т імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2014. 20 с.

18. Бех І. Д. Особистісно зорієнтоване виховання : наук.-метод. посібн. Київ : ІЗМН, 1998. 204 с.

19. Бишоф А., Бишоф К. Самоменеджмент. Эффективно и рационально [пер. с нем. Д. А. Пергамент]. 2-е изд., испр. Москва : Омега-Л, 2006. 127 с.
20. Білова Ю.А. Поняття та структура підприємницької компетентності майбутніх фахівців економічного профілю. *Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти*. 2013. Вип. 7. С. 15–17.
21. Білоус-Сергеева С.О. Формування підприємницької культури. *Reporter of the Priazovskyi State Technical University*. 2016. Issue 32, Volume 1. С.233–239.
22. Богдан Н. М., Сухорукова О. П. Дослідження ризиків у туризмі. *Бізнес-інформ*. 2016. № 10. С.206–211.
23. Большой психологический словарь / Под ред. Мещерякова Б.Г., Зинченко В.П. Москва, 2003. 672 с.
24. Бондар Л. Структура і динаміка мотивів навчальної діяльності студентів - практичних психологів. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти України* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 20 березня 2018 р. / За заг. ред. Е. В. Лузік, О.М. Акмалдінової. Київ : НАУ, 2018. С.29–30.
25. Бондаренко В. Специфічність процесу формування професійного іміджу майбутніх фахівців технологічного профілю: аналіз та перспективи наукових досліджень. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. № 8 (Ч. 1). 2013. С.173–179.
26. Букач А. Застосування технології інтелект-карт (MindMaps) у навчально-виховному процесі : навчально-методичний посібник. Біла Церква : НМЦ, 2013. 92 с.
27. Булавенко С.Д. Формування економічної культури учнів основної та старшої школи : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.07; Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова. Київ, 2011. 22 с.
28. Важинський С.Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень : Навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
29. Вальчук О. А., Матохнюк Л. О. Особливості застосування статистичного критерію Фішера в психолого-педагогічних дослідженнях.

*Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми.* 2014. Вип. 38. С. 208-213.

30. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ : «Знання-Прес», 2006. 350 с.

31. Василёнок В.Л., Алексашкина Е.И. Развитие предпринимательства и факторы его определяющие. URL : <http://refrigeration.open-mechanics.com/articles/721.pdf> (дата звернення 07.12.2017)

32. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. 1736 с.

33. Вербицкий А.А. Компетентностный подход и теория контекстного обучения. Москва : ИЦ ПКПС, 2004. 84 с

34. Віндюк А. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра пед. Наук. Запоріжжя, 2012. 40 с.

35. Віндюк А.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з готельно-курортної справи в умовах ступеневої освіти: теорія та методика : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2011. 340 с.

36. Гаврилюк А.М., Плещан Х.В. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. Ефективна економіка. 2016. № 1. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_9) (дата звернення 07.09.2019)

37. Гальченко С. І., Силка О. З. Основи наукових досліджень : навчально-методичний посібник. Черкаси : АММО, 2015. 93 с.

38. Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. Організація підприємницької діяльності в агротуризмі : навчальний посібник. Одеса : ПАЛЬМІРА, 2011. 176 с.

39. Гін А.О. Прийоми педагогічної техніки. Харків : Веста: Видавництво «Ранок», 2007. 176 с.

40. Глушко Т.П. Економічна теорія нації у контексті глобалізаційних процесів (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. ... д-ра філос. наук : 09.00.03; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т вищої освіти. Київ, 2016. 36 с.
41. Гой І.В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
42. Гончаренко С.У. Педагогічні дослідження : Методологічні поради молодим науковцям. Київ – Вінниця : ДОВ «Вінниця», 2008. 278 с.
43. Господарський кодекс України від 16.01.2003. № 436-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?find=1&text=%EF%B3%E4%EF%F0%E8%BA%EC#w11> (дата звернення 01.12.2018)
44. Грабовський Ю.А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм. Навчальний посібник. Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2009. 304 с.
45. Дахин А. Н. Педагогическое моделирование: сущность, эффективность и... неопределённость. *Педагогика*. 2003. № 4. С. 21–26.
46. Джура О.Д. Особистісно орієнтована освіта в контексті освітніх технологій. *Вісник Харківського національного педагогічного університету*. Філософія. Том 2. № 41. 2013. URL : <http://journals.uran.ua/index.php/2312-1947/article/download/29174/25948> (дата звернення 07.11.2018)
47. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: Навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2004. 352 с.
48. Дмитренко Т.О., Копилова С.В. Місце педагогічних умов у системі наукового знання. *Трансформація соціальних функцій образования в современном мире: материалы международной научно-практической конференции*. Харьков : Народная украинская академия, 17-18 февраля, 2015. С.160-164.
49. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу : навчальний посібник. Одеса : Бондаренко М. О., 2018. 305 с.

50. Добрянський І., Зимомря М. Формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватної вищої школи (методологія дослідження проблеми). *Молодь і ринок*. 2011. №11 (82). С.16–19.

51. Драгомирецька Н. М. Зарубіжна практика використання методів навчання державних службовців. *Публічне урядування*. 2016. № 4. С. 48-55.

52. Дроздова Ю.В. Психологічні особливості професійного самовизначення майбутніх фахівців торговельного підприємства : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2015. 20 с.

53. Дубик В.Я., Туташинський В.І. Навчальна програма закладів загальної середньої освіти. Технології. Профільний рівень.10–11 класи. Спеціалізація «Підприємництво». URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-10-11-klasiv> (дата звернення 22.10.2018).

54. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

55. Дядін А.С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». URL : <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1808/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%201.%20%D0%94%D1%8F%D0%B4%D1%96%D0%BD.pdf> (дата звернення 03.02.2018)

56. Евенко Л. И. Модели бизнес-образования в западных странах. URL : [www.management.com.ua/be/be031.html](http://www.management.com.ua/be/be031.html) (дата звернення 20.11.2017).

57. Економіка і менеджмент підприємств готельно-туристичного комплексу : навч. посіб. / за ред. О.С. Гринькевич. Львів : МАУП, 2007. 303 с.

58. Економічна соціалізація молоді : соціально-психологічний аспект : наукове видання / Білоконь І. В. та ін.; заг. ред. В. В. Москаленко. Київ : Український центр політичного менеджменту, 2008. 336 с.

59. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ : НАДУ, 2010. 820 с.

60. Енциклопедія освіти. Акад. пед. наук України / головний ред. В. Г. Кремень. Київ : Юрінком Інтер, 2008. 1040 с.
61. Етичні основи бізнесу : навч. посібник / В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, О. М. Полякова. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 316 с.
62. Єжова О.О. Сутність організаційно-педагогічних умов педагогічного процесу. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки*. 2014. № 3. С.39–43.
63. Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ : Кондор, 2006. 355 с.
64. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: (Советь руководителям, как эффективно использовать рабочее время) Пер. с нем. / Авт. предисл. В.М.Шепель. Москва : Экономика, 1990. 232 с.
65. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов В. К. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.
66. Зеер Э.Ф. Психология профессий : Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб., доп. Москва : Академический Проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. 149 с.
67. Зеер, Э. Ф., Садовникова Н. О. Дидактические конструкты психологии профессионального образования : учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. 125 с.
68. Зінченко В.А. Особливості підготовки кадрів туризму і готельної справи в умовах євроінтеграції України та підвищення конкурентності туристичної галузі. URL : [http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v3/NV-2017-v3\\_24.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v3/NV-2017-v3_24.pdf) (дата звернення 07.12.2019)
69. Зінькова І. Актуальні аспекти особистісно орієнтованого підходу у спадщині вітчизняних та зарубіжних педагогів. *Актуальні проблеми виховання, розвитку та навчання дітей передшкільного віку крізь призму освіти для сталого розвитку: матеріали Всеукраїнської (з міжнародною участю) науково-практичної конференції (Хмельницький, 24-25 вересня 2019 року) / за заг.*

редакцією Л.В. Зданевич, Н.М. Миськової, Л.С. Пісоцької, О.Д. Рейпольської. Хмельницький : ХГПА, 2019. С. 53-57.

70. Зінькова І. Культурологічно-синергетична модель базової культури особистості В. Костіва як основа формування підприємницької культури. *Теоретичні, методичні та практичні проблеми соціальної роботи: матеріали науково-практичної конференції*. 19 квітня 2019 р., м. Івано-Франківськ : НАІР, 2019. С.114–117.

71. Зінькова І. Методологічні засади формування підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки*. 2019. Вип.№2 (386). С.50–56.

72. Зінькова І. Педагогічні умови формування підприємницької культури студентів галузі «сфера обслуговування» у закладах вищої освіти. *Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka*. 2019. Вип.47. С.17–20.

73. Зінькова І. Педагогічні умови формування якостей підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму: постановка проблеми. *Психологія і педагогіка: Актуальні питання XXI століття. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (м.Одеса, Україна 25–26 листопада 2011 року). Одеса, ГО «Південна фундація педагогіки», 2011. С.80–81.

74. Зінькова І. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теоретичний аналіз проблеми. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 17. Теорія і практика навчання та виховання*. Вип.30 : збірник наукових праць; за ред. В. І. Бондаря. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2019. С. 71–77.

75. Зінькова І. Структурно-функціональний аналіз поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму». *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2019. Вип.16. С.85–92.

76. Зінькова І. Формування когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму засобами інтерактивних технологій. «*Dynamics of the development of world science*» (November 20-22, 2019) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2019. С.496–503. URL:<https://sci-conf.com.ua>. (дата звернення 12.11.2019)

77. Зінькова І. Формування підприємницької культури майбутнього соціального педагога (постановка проблеми). *Вісник Прикарпатського університету. Серія : Педагогіка*. Івано-Франківськ, 2013. Вип.47. С.20–25.

78. Зінькова І. Формування підприємницької культури особистості – актуальне замовлення соціуму. *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2017. Вип.10. С.7–16.

79. Зінькова І. Формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму у процесі їх професійної підготовки. *Педагогічний дискурс*. Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія. 2019. Вип.27. С.43–49.

80. Зінькова І. Формування умотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти. *Virtus: Scientific Journal*. 2019. September, Issue # 36. С.89–92.

81. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво : сутність, механізми і форми розвитку : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2008. 397 с.

82. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2002. 512 с.

83. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 240 с.

84. Інновації у вищій освіті: вітчизняний і зарубіжний досвід: навч. посіб./ І.В. Артёмов, І.П. Студеняк, Й.Й. Головач, А.В. Гусь. Ужгород: ПП «АУТДОР-ШАРК», 2015. 360 с.

85. Інновації у вищій освіті: проблеми, досвід, перспективи : монографія / за ред. П. Ю. Сауха. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. 444 с.



86. Інтелект-карти як інструмент ефективної роботи з інформацією : посібник для педагогів та учнів. Укл. Найдьонова А.В. Дніпропетровськ, 2016. 53 с.

87. Казьмерчук А.В. Формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму в позааудиторній діяльності вищого навчального закладу : дис... канд. пед. наук : 13.00.04; Житомирський державний університет імені Івана Франка. Житомир, 2017. 296 с.

88. Кальник К. Як викладачу отримати фідбек від студентів? URL : <https://medium.com/@karinakaalnyk/чи-потрібен-викладачу-фідбек-від-студентів-f995e49aa60e> (дата звернення 07.01.2020)

89. Карамушка Л., Креденцер О. Психологічна готовність підприємців до професійної діяльності як чинник розвитку підприємницьких організацій. *Соціальна психологія*. 2010. № 1. С. 63–76.

90. Карамушка Л.М., Москальов М.В. Психологічні умови підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації : монографія. Київ : Просвіта, 2011. 200 с.

91. Касіян В.І. Філософія : навч. посібник. 5-те вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2008. 347 с.

92. Кашинська О.Є. Підготовка фахівців готельного господарства в Російській Федерації : дис... канд. пед. наук: 13.00.01; Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». Старобільськ, 2016. 268 с.

93. Кицай Л.І. Самомаркетинг як інструмент успішного працевлаштування та формування іміджу працівника. *Інвестиції: практика та досвід*. № 6. 2016. С.26–31.

94. Клапчук В.М., Польова Л.В. Наскрізна програма практики зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» : Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : «Фоліант», 2018. 20 с.

95. Класифікатор професій. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>. (дата звернення 07.11.2018)

96. Клименко О. Добираємо назви посад і персонал для малого та середнього бізнесу. Практичні рекомендації. Довідкове видання. Київ : «МЕДІА-ПРО» «Довідник кадровика»/«Справочник кадровика». 2015. 76 с.

97. Клименко С.М., Дуброва О.С. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 252 с.

98. Кнодель Л. В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в країнах-членах Всесвітньої туристської організації: автореф. дис. д-ра пед. наук: 13.00.04 / Терноп. нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. Тернопіль, 2007. 40 с.

99. Кові С. Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей; пер. з англ. О. Любенко. 2-ге вид., стер. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2014. 384 с

100. Козлова Г.М. Методика викладання у вищій школі : навчальний посібник. Одеса, ОНЕУ, ротاپринт, 2014. 200 с.

101. Колесник Т. М., Демидова О. С., Колесник Д. А. Історія розвитку підприємництва. *Бізнес-інформ*. 2013. № 1. URL : [http://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2013-1\\_0-pages-332\\_334.pdf](http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2013-1_0-pages-332_334.pdf) (дата звернення 22.05.2018)

102. Колесников О. В. Основи наукових досліджень : навч. посіб. 2-ге вид. випр. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 144 с.

103. Колот В.М., Рєпіна І.М., Щербина О.В. Підприємництво : організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. 2-ге вид.,перероб. та доп. Київ : КНЕУ, 2009. 444 с.

104. Комих Н.Г. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04. Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна. Харків, 2006. 21 с.

105. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В.Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. 112 с.

106. Конституція України : станом на 1 верес. 2016 р. Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с.

107. Корніяка А., Голікова Т. Шляхи вдосконалення системи навчання у сфері гостинності. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 4 (60). С.34–38.

108. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства ; пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.

109. Креденець Н.Я. Теорія і практика соціального партнерства у професійній підготовці фахівців сфери послуг в Австрії та Німеччині : дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04; Національна академія педагогічних наук України, Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих. Київ, 2018. 352 с.

110. Креденцер О.В. Підприємницька самоефективність персоналу освітніх організацій як чинник розвитку їх підприємницької активності. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2016. № 1(4). С. 51–60.

111. Креденцер О.В. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу: автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.10; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. Київ, 2009. 20 с.

112. Криницька Л.Я. Організація професійної підготовки безробітних до підприємницької діяльності у сфері послуг : автореф. дис... канд. пед. наук : 13.00.04; НАПН України. Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих. Київ, 2011. 23 с.

113. Крупський Я. В., Михалевич В. М. Тлумачний словник з інформаційно-педагогічних технологій : словник. Вінниця : ВНТУ, 2010. 72с.

114. Кузьменко Н. Особистісно орієнтований підхід в сучасному навчально-виховному процесі ВНЗ. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України*. 2016. Випуск 4. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadped\\_2016\\_4\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadped_2016_4_11) (дата звернення 13.09.2017)

115. Кузьменко Т. М. Соціологія. Київ : Центр учб. літ., 2010. 320 с.

116. Культурологія: теорія та історія культури : навч. посіб. Видання 3-тє, перероб. та доп. / За ред. І. І. Тюрменко. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 370 с.

117. Лаврентьєва Г.П., Шишкіна М.П. Методичні рекомендації з організації і проведення науково-педагогічного експерименту. Київ : ПТНЗ, 2007. 74 с.

118. Лазанська Т.І. Історія підприємництва в Україні (на матеріалах торгово-промислової статистики ХІХ ст.). Київ : Видавництво Інституту історії України НАН України, 1999. 282 с.

119. Лантух І. В. Підходи до функціонального аналізу підприємництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 1 (45). С.14–18.

120. Лисенко В. В., Приходько І. А. Вплив функцій та технологій самоменеджменту на розвиток персоналу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 19. URL : [http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19\\_2018\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/43.pdf). (дата звернення 02.12.2019)

121. Ліннік О. Майбутній учитель як суб'єкт педагогічної взаємодії: підготовка до співробітництва з молодшими школярами : монографія. К.: Видавничий Дім «Слово», 2014. 304 с.

122. Лобур М. С. Формування професійно значущих якостей майбутніх молодших фахівців сфери харчування : дис ... канд.. пед. наук: 13.00.04. Київ, 2006. 253 с.

123. Логинова Т.В., Музыка О.А., Попов В.В. Специфика профессиональной предпринимательской культуры. URL : <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=23708>

124. Лодатко Є. О. Моделювання педагогічних систем і процесів: монографія. Слов'янськ: СДПУ, 2010. 148 с.

125. Лоїк Г.Б. Формування професійної компетентності майбутніх менеджерів туризму засобами інформаційно–комунікаційних технологій : дис ... канд.. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2014. 200 с.

126. Лугова В. М., Голубєв С. М. Основи самоменеджменту та лідерства [Електронний ресурс] : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.

127. Любарець В. Дидактичний потенціал віртуального освітнього середовища та можливості його практичного втілення в менеджерській освіті. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*. 2019. Випуск 1(9). С. 40-42.

128. Любарець В. Критерії сформованості професійної компетентності майбутніх агентів з організації туризму. *Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2012. Ч.1. С. 84-93.

129. Любарець В. В. Професійна підготовка майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності для індустрії гостинності: теоретичні обґрунтування: монографія. Суми: П.Ф «Видавництво “Університетська книга”», 2018. 382 с.

130. Любарець В.В. Теорія і практика професійної підготовки майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності в умовах інформаційно-освітнього середовища: автореф. дис... док. пед. наук : 13.00.04; Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова. Київ, 2019. 46 с.

131. Ляшенко М.Ю. Формування фахової компетентності з основ підприємництва у майбутніх учителів технологій : дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.02; Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова. Київ, 2017. 236 с.

132. Мадзігон В. Історія розвитку підприємництва як соціально-економічного явища. *Молодь і ринок*. 2010. №7 – 8 (66 – 67). С.33–37.

133. Майковська В. Сутність і структура підприємницької компетентності майбутніх фахівців в Україні. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки. Випуск 1 (87)*. 2017. С.112–117.

134. Малімон Л. Я., Пашкіна А. М. Гармонізація індивідуальних та групових організаційних цінностей в місцевих органах виконавчої влади : навч.-метод. посібник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, 2014. 136 с.

135. Малхазов О. Р. Психологія праці : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 208 с.

136. Матукова Г. І. Педагогічні умови розвитку в студентів економічних спеціальностей компетентності до підприємницької діяльності. *Професійна освіта : проблеми і перспективи*. 2015. Вип. 8. С. 35-42. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Profos\\_2015\\_8\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Profos_2015_8_8) (дата звернення 07.11.2018)

137. Матукова Г. І. Підприємницька компетентність майбутніх фахівців економічного профілю : теорія і практика : монографія ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т пед. освіти і освіти дорослих. Кривий Ріг : Чернявський Д. О., 2015. 539 с.

138. Матукова Г. І. Теоретико-методологічні засади розвитку підприємницької компетентності у майбутніх фахівців економічного профілю : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04; НАПН України, Ін-т пед. освіти і освіти дорослих. Київ, 2016. 40 с.

139. Матукова Г. І. Формування економічних компетентностей у фахівців вищої школи. *Молодий вчений*. 2018. №3 (55). URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/28.pdf> (дата звернення 13.03.2019)

140. Мачинська Н.І., Стельмах С.С. Сучасні форми організації навчального процесу у вищій школі: навчально-методичний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. 180 с.

141. Мельникова О.В. Інновації у вищій освіті як чинник формування національної економіки знань. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. «Економіка»*. 2014. Вип. 14. С.16–27

142. Методика дослідження особливостей психологічної готовності керівників освітніх організацій до діяльності в умовах змін; за наук. ред. О. І. Бондарчук. Київ, 2014. 148 с.

143. Методика організації науково-педагогічних досліджень: метод. посібник / укл. : О. Є. Антонова, В. М. Єремєєва, Н. М. Мирончук. Житомир, 2018. 76 с.

144. Методологія наукової діяльності: навч. посіб., вид. 3-є, перероблене / за ред. Д.В. Чернілевського. Вінниця: Вид-во АМСКП, 2012. 364 с.

145. Мирончук Н. М. Формування культури міжособистісних взаємин старших підлітків у позаурочній діяльності : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.07; Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2007. 22 с.

146. Моделювання й інтеграція сервісів хмаро орієнтованого навчального середовища : монографія / Копняк Н. та ін. / за заг. ред. С. Г. Литвинової. Київ : ЦП «Компринт», 2015. 163 с.

147. Модернізація змісту професійної освіти і навчання: теорія і практика: монографія / авт.. кол. М. А. Вайнтрауб та ін., за наук. ред. М. А. Вайнтрауб. Київ : ТОВ «НВП Поліграфсервіс», 2015. 328 с.

148. Можвіло О. А. Дослідження психологічних причин опору персоналу інноваційним змінам в організаціях сфери послуг. *Наука і освіта*. 2010. № 4/5. С. 24–31.

149. Моїсеєнко Л.М. Інтерактивні освітні технології у вищій школі: бути чи не бути. URL : <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/22088/1/....86.pdf> (дата звернення 06.11.2018)

150. Морозов М.А. и др. Экономика туризма : учебник. Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.

151. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності : посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. 280 с.

152. Музальов О.О. Культурологія : навч. посібн. Львів, 2012. 185 с.

153. Навчальна програма «Технології. 10 – 11 клас» (рівень стандарту) (авторський колектив під керівн. А.Терещук). URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-10-11-klasiv> (дата звернення 22.10.2018)

154. Назаренко Г. А. Теорія і практика виховання культури демократизму учнів старших класів загальноосвітніх навчальних закладів : дис... д-ра пед. наук: 13.00.07. Київ, 2016. 597 с.

155. Назаренко Г. Формування підприємницької компетентності учнів загальноосвітніх навчальних закладів у відповідності до вимог нових державних стандартів : метод. посібник. Черкаси : ЧОІПОПП, 2014. 68 с.

156. Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных : учебное пособие. СПб. : Речь, 2004. 392 с.

157. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року від 25 червня 2013 року № 344/2013. URL : <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/344/2013> (дата звернення 04.04.2018)

158. Нестеренко В.В. Сущность и задания личностно-ориентированного подхода в образовании. *Современные проблемы науки и образования*. 2012. № 6. URL : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=8002> (дата звернення: 10.06.2019)

159. Нетепчук В.В. Самоменеджмент : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2013. 354 с.

160. Новиков Д.А. Статистические методы в педагогических исследованиях (типовые случаи). М.: МЗ-Пресс, 2004. 67 с.

161. Ножовнік О.М. Формування самоосвітньої компетенції майбутніх фахівців з міжнародної економіки у процесі вивчення іноземних мов : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04; Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. К., 2011. 20 с.

162. Ножовнік О.М. Фундаменталізація економічної освіти: зарубіжний досвід формування підприємницьких навичок. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка, Психологія*. 2016. Випуск 9. С.108–114.

163. Ньюшенкова М.Л. Методология формирования предпринимательской культуры менеджера социально-культурной деятельности в условиях высшей школы : автореф. дис. ... докт. пед. наук : 13.00.08; Тамбов, 2010. 52 с.

164. Олексенко Р.І., Молодиченко В.В. Концептуальні пріоритети формування сучасної людини економічної. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. Випуск 70. С.164–175.



165. Організація туристичних подорожей: методичні вказівки з виконання курсових робіт / Ю.П. Грицак, І.М. Шамара. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. 32 с.

166. Орликовський М.О., Осовська Г.В., Ткачук В.І. Самоменеджмент. Практикум: терміни, тести, практичні завдання та ситуації: навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 410 с.

167. Основи підприємництва: підручник / Біляк Т.О. та ін. ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.

168. Особистісний розвиток дорослих у неперервній професійній освіті / авт. кол.: Аніщенко О.В. та ін. Київ : ІПООД НАПН України, 2016. 379 с.

169. Остропольська З. М. Етика підприємництва в Україні : соціокультурні виміри. *Культура України*. 2013. Випуск 43. С.23–30.

170. Панфілов Ю., Фурманець Б. Компетентнісний підхід в освіті: досвід, проблеми, перспективи. *Теорія і практика управління соціальними системами*. №3. 2017. С.55–67.

171. Папп В. В., Лужанська Т. Ю., Бошота Н. В. Розвиток підприємництва у сфері туризму. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. : Економіка. 2018. Вип. 1. С. 25-31.

172. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект) : автореф. дис. ... д-ра соціол. наук : 22.00.04. Національна академія наук України. Інститут соціології. Київ, 2004. 36 с.

173. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва : навч. посіб. Київ : Каравела, 2017. 416 с.

174. Педагогічний словник / за редакцією дійсного члена АПН України М.Д.Ярмаченка. Київ : Педагогічна думка, 2001. 516 с.

175. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF> (дата звернення 12.10.2017).

176. Пермінова Л.А. (2017) Засоби формування навичок самоменеджменту майбутнього педагога. URL : [http://ps.stateuniversity.ks.ua/file/issue\\_65/83.pdf](http://ps.stateuniversity.ks.ua/file/issue_65/83.pdf) (дата звернення 07.11.2018)

177. Пилипенко В. Є. Реформи. Підприємництво. Культура. Київ : Стилос, 2001. 151 с.

178. Пілецька Л. С. Психологія бізнесу: Довідково-методичний посібник. Івано-Франківськ: Місто-НВ, 2007. 150 с.

179. Пічкур М.О. Системний підхід у формуванні підприємницької культури майбутніх дизайнерів. URL : <https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/587/1/%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%20%D0%94%D0%98%D0%97.pdf> (дата звернення 13.03.2019)

180. Побірченко Н.А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності. Київ : Знання, 1999. 285 с.

181. Полонский В. М. Словарь по образованию и педагогике. Москва : Высш. шк., 2004. 512 с.

182. Приймук О.О. Психологічні умови формування професійних якостей здобувачів вищої освіти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. псих. наук : 19.00.10. Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2017. 342 с.

183. Притула О.А. Мотивація на досягнення успіху та мотивація на уникнення невдач як основні мотиви професійної діяльності кризис-менеджерів. *Актуальні проблеми психології*. Том V. Випуск 15. С. 201–208. URL : <http://www.appsychology.org.ua/data/jrn/v5/i15/22.pdf> (дата звернення 09.01.2018)

184. Про вищу освіту : Закон України від 1.07.2014 № 1556-VII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення 12.12.2017)

185. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення 12.12.2017)

186. Про підприємництво : Закон України від 7.02.1991 р. № 896-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12> (дата звернення 28.05.2017)

187. Про туризм : Закон України від 15.09.1999 р. № 324/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 29.05.2017)

188. Проект стандарту вищої освіти. СВО\_ПО\_ГРС - 2016. Рівень вищої освіти – перший. Ступінь вищої освіти – бакалавр. Галузь знань – 01 Освіта. Спеціальність – 015 Професійна освіта. Готельно-ресторанна справа. Кол.автор. Гуменюк Т.Б., Зубар Н.М., Волкова А.А. Бровари, 2016. 25 с.

189. Професійна педагогічна освіта : особистісно орієнтований підхід : монографія / за ред. О. А. Дубасенюк. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 436 с.

190. Путінцев А.В. Сутність професіоналізму та головні якості сучасного підприємця. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія*. 2013. Вип. 39(1). С. 166-173.

191. Рамендик Д. М. Психологический практикум : учеб. пособие для студ. вузов по спец. 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Москва : Мастерство, 2002. 160 с.

192. Романова Е. С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. 2-е изд. СПб. : Питер, 2007. 464 с.

193. Романовський О.О. Теорія і практика зарубіжного досвіду в підприємницькій освіті України : монографія. Київ : Деміур, 2002. 400 с.

194. Романовський О.О. Теорія і практика підприємницької освіти в розвинутих зарубіжних країнах : автореф. дис... д-ра пед. наук: 13.00.01; Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. Київ, 2003. 40 с.

195. Романовський О.О. Феномен підприємництва в університетах світу. Вінниця : Нова книга, 2012. 504 с.

196. Руденко Є.В. Методики професійної психодіагностики. Київ : Шкільний світ, 2011. 126 с.

197. Рябова З. В. Моделювання та проектування як ефективні засоби забезпечення якості надання освітніх послуг URL : [http://lib.iitta.gov.ua/7004/1/%D0%A0%D1%8F%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB.pdf](http://lib.iitta.gov.ua/7004/1/%D0%A0%D1%8F%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB.pdf) (дата звернення 28.05.2017)

198. Савельева Н.Х. Характеристика образа востребованного менеджера ресторанного и гостиничного сервиса. URL : <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/401/1/konf000027.pdf> (дата звернення 07.03.2017)

199. Садова М.А. Психологічні складові професійної відповідальності особистості : монографія. Одеса : Букаєв Вадим Вікторович, 2018. 432 с.

200. Сакун А.А., Аветисян К.П., Калугина Н.А. Самоменеджмент: тестовые задания для выполнения практических работ. Одесса : ОНАС им. А.С.Попова, 2012. 164 с.

201. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. Учебное пособие. Москва : Народное образование, 1998. 256 с.

202. Сидоренко Н.С. Професійна культура державних службовців у контексті структурних перетворень. URL : [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/13.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/13.pdf) (дата звернення 01.08.2019)

203. Силабус навчальної дисципліни «Історія української культури». URL : [https://kgrks.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/03/%D0%A1%D0%B8%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%83%D1%81\\_I%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80i%D1%8F\\_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0i%D0%BD%D1%81\\_%D0%BA%D0%BEi\\_%D0%BA%D1%83%D0%BB\\_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8\\_2020.pdf](https://kgrks.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/03/%D0%A1%D0%B8%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%83%D1%81_I%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80i%D1%8F_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0i%D0%BD%D1%81_%D0%BA%D0%BEi_%D0%BA%D1%83%D0%BB_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8_2020.pdf)

204. Сисоєва С.О. Інтерактивні технології навчання дорослих: навчально-методичний посібник. НАПН України, Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих. Київ : ВД «ЕКМО», 2011. 324 с.

205. Сисоєва С.О., Кристопчук Т.Є. Методологія науково-педагогічних досліджень: Підручник. Рівне : Волинські обереги, 2013. 360 с.

206. Словник української мови: в 11 томах. Том 4, 1973. Київ : «Наукова думка», 1973. 840 с.

207. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : автореферат дис... канд. екон. наук: 08.01.01. Київ. нац. екон. ун-т. Київ, 2002. 18 с.

208. Сокол Т.Г. До питання про туристичний збір в Україні. Матеріали X Міжнародної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 21 – 22 березня 2019 року, м. Черкаси. Черкаси : ЧНДУ, 2019. С. 47 – 50

209. Сокол Т.Г. До питання про фахову підготовку екскурсійно-анімаційних кадрів в туризмі. Наукові праці Національного університету харчових технологій. Том 23, №2. Київ : НУХТ, 2017. С. 51 – 56

210. Сокол Т.Г., Власенко І.В., Іващенко Г.В. Курортна справа і медичний туризм: навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 376 с.

211. Сокол Т.Г. Педагогічні умови навчально-методичного забезпечення професійної підготовки менеджерів туристичної індустрії: автореферат дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Нац. акад. пед. наук України, Ін-т пед. освіти і освіти дорослих. Київ, 2012. 24 с.

212. Сокол Т.Г. Сучасні виклики в туризмі і туристичній освіті. *Актуальні питання туризмології та туристичної практики*. Збірник матеріалів науково-практичної конференції (м. Київ, 18 квітня 2019 р.). С. 60 – 62 .

213. Соловей Л. Становлення вітчизняної системи підготовки майбутніх фахівців сфери туризму (друга половина ХХ ст.) : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.01 ; Національна академія педагогічних наук України. Інститут вищої освіти. Київ, 2011. 23 с.

214. Солонкина О.В. Рамендик Д.М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме : учеб.пособие для студ. высш.учеб. заведений. Москва : Издательский центр «Академия», 2007. 224 с.

215. Спеціальності факультету туризму. URL : <https://ft.pnu.edu.ua/%d1%81%d0%bf%d0%b5%d1%86%d1%96%d0%b0%d0%bb>

%d1%8c%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96-

%d1%84%d0%b0%d0%ba%d1%83%d0%bb%d1%8c%d1%82%d0%b5%d1%82%d1%83/ (дата звернення 07.11.2019)

216. Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський) рівень. Галузь знань: 24 Сфера обслуговування. Спеціальність: 242 «Туризм». URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-turizm-bakalavr.pdf> (дата звернення 23.01.2018)

217. Столяренко О. В., Столяренко О. В. Моделювання педагогічної діяльності у підготовці фахівця: навчально-методичний посібник. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. 196 с.

218. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року від 24 травня 2017 р. № 504-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%D1%80> (дата звернення 22.01.2018)

219. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення 03.01.2020)

220. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015?find=1&text=%F2%F3%F0%E8%E7%EC#w11> (дата звернення 22.01.2018)

221. Стрельников В. Ю., Брітченко І. Г. Сучасні технології навчання у вищій школі : модульний посібник для слухачів авторських курсів підвищення кваліфікації викладачів МПІК ПУЕТ. Полтава : ПУЕТ, 2013. 309 с.

222. Супрун Д. Операційно-діяльнісний компонент професійної підготовки психологів у галузі спеціальної освіти. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2017, № 7 (71). С.134–149.

223. Сучасний тлумачний словник української мови : 65000 слів ; за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В.Дубичінського. Харків : ВД «Школа», 2006. 1008 с.

224. Сучасні освітні технології у професійній підготовці фахівців аграрного профілю: монографія / за ред. О. М. Джеджули, О. В. Солоної, Р. В. Будяк. Вінниця, 2015. 214 с.

225. Таблиці функцій та критичних точок розподілів. Розділи: Теорія ймовірностей. Математична статистика. Математичні методи в психології. Укладач М.М.Горонескуль. Харків: УЦЗУ, 2009. 90 с.

226. Тельманова Е. Д. Ценностные ориентации ремесленника-предпринимателя как педагогическая проблема. *Образование и наука*. 2011. № 8. С. 45–56.

227. Теоретико-методологічні засади формування компетентнісно орієнтованого дидактичного середовища в умовах ЗВО : монографія / Г. Удовіченко, І. Сіняговська, О. М. Бондаревська, Д. В. Фурт ; за ред. Г. Удовіченко, І. Сіняговської ; ДонНУЕТ. Кривий Ріг : Вид.Р. А. Козлов. 2019. 167 с.

228. Термінологічний словник з основ підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів післядипломної педагогічної освіти / Є. Р. Чернишова та ін.; за наук. ред. Є. Р. Чернишової. ДВНЗ «Університет менеджменту освіти». Київ : ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2014. 230 с.

229. Ткач В., Камушков О., Захарова С. Розвиток підприємництва у сфері туризму: державний та економічний механізм. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2015. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu\\_2015\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2015_2_20) (дата звернення 10.03.2017)

230. Ткаченко М.В. Формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців ресторанного господарства у професійно-технічних навчальних закладах : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04; НАПН України. Інститут професійно-технічної освіти. Київ, 2018. 347 с.

231. Туризм як національний пріоритет: колективна монографія за редакцією І.М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2010. 284 с.

232. Туркот Т.І., Коновал О.А. Педагогіка та психологія вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Херсон: Олді-плюс, 2013. 466 с.

233. Федоров О. В. Формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватного вищого навчального закладу : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2011. 23 с.

234. Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Скрипник М.І., Цехмістрова Г.С. Педагогіка туризму. Київ : Видавничий дім "Слово", 2004. 296 с.

235. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України. К., 2004. 43 с.

236. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. М.: Сов. Энциклопедия, 1983. 840 с.

237. Ходань О. Компетентнісний підхід до підготовки майбутніх фахівців у ВНЗ. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка та соціальна робота»*. Випуск 29. 2013 р. С.232–235.

238. Хриков Є.М. Педагогічні умови в структурі наукового знання. *Шлях освіти*. 2011. № 2. С. 11-15.

239. Цехмістрова Г.С. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2004. 240 с.

240. Черобко Е.Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учебник и практикум для СПО. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 420 с.

241. Чкан А. С., Маркова С.В., Коваленко Н.М. Самоменеджмент : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Менеджмент». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 84 с.

242. Шайхутдинова Г. Ф. Формирование личностных,экономических и организационных компонентов предпринимательства в координатах



инновационной экономики: науч. изд. Уфа: Уфим. гос. ун-т экономики и сервиса, 2013. 80 с.

243. Шейко В., Кушнарченко Н. Організація та методика науково-дослідницької діяльності. 4-те вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2004. 307 с.

244. Шимановський М.М., Вовковінський М.І. Підготовка учнівської молоді до підприємницької діяльності в процесі допрофесійної та професійної підготовки : методичні рекомендації. Київ : ІПТО НАПН України, 2015. 90 с.

245. Шмоніна Т.А., Глухов І.Г. Сучасні підходи до розуміння поняття «педагогічні умови». *Педагогічні науки : збірник наукових праць*. 2011. Вип. 59. С. 66-70

246. Шостак М.М., Говорун Т.П., Купенко О.В. Застосування ігрових методів та електронних засобів для розвитку підприємницьких якостей студента. *Електронні засоби та дистанційні технології для навчання протягом життя* : тези доповідей X Міжнародної науково-методичної конференції, м. Суми, 13–14 листопада 2014 р. Суми : Сумський державний університет, 2014. С. 82–83.

247. Шпичко І.О. Формування соціальної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійній підготовці : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2016. 289 с.

248. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / перевод В. С. Автономова и т.д. Москва : Директмедиа Пабблишинг, 2008. 401 с.

249. Щука Г.П. Теоретичні аспекти формування ціннісних орієнтацій майбутніх фахівців сфери туризму у ВНЗ. *Карпатський край*. № 1–2 (6–7). 2015. С. 252–256.

250. Як започаткувати і розвинути власну справу : практичний посібник підприємця / Петренко В.П., Табахарнюк М.О., Пасічник О.В. та ін. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1998. С. 12–13.

251. Янкович О., Беднарек Ю., Анджеєвська А. Освітні технології сучасних навчальних закладів: навчально-методичний посібник. Тернопіль : ТНПУ ім В. Гнатюка, 2015. 212 с.

252. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию. Минск : АСАР, 2005. 768 с.

253. ECTS – інформаційний пакет. 241 «Готельно-ресторанна справа». URL : [https://ft.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/24/2018/04/got\\_rest\\_spr\\_bak.pdf](https://ft.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/24/2018/04/got_rest_spr_bak.pdf) (дата звернення 11.10.2019)

254. Google-сервіси в навчальній діяльності викладачів : методичні рекомендації. Укладач Дронь В.В. Прилуки, 2016. 107 с.

255. Bahmat N. Multimedia education technologies usage as the condition for quality training of the managers of socio-cultural activity. Information Technologies and Learning Tools. 2018. Vol 64. No 2. P. 98–109. URL : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/ITZN201864211.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ITZN201864211.pdf). (дата звернення 07.12.2019)

256. Bahmat N. Professional training of future teachers in the conditions of informational and educational environment. Освіта майбутнього: концепції, методи, підходи. Монографія / За ред. В.В. Любарець, Н.В. Бахмат. Київ : Педагогічна думка, 2019. 310 с.

257. Bahmat N. Psychological-pedagogical criteria for the formation of virtual educational space of future socio-cultural activity managers. Scientific Herald of the Institute of Vocational Education and Training of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Vocational pedagogy: collection of researches. «Polissia», 2020. 19h ed.

258. Brattseva E. F., Kovalev P. The power of case study method in developing academic skills in teaching Business English (time to play). Liberal Arts in Russia. 2015. Vol. 4. № 3. С. 234–240. URL: [http://libartrus.com/arch/files/2015/3/07\\_150139\\_Brattseva\\_v3.pdf](http://libartrus.com/arch/files/2015/3/07_150139_Brattseva_v3.pdf) (дата звернення 23.10.2018)

259. KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011. URL : [https://www.upj.de/fileadmin/user\\_upload/MAIN-](https://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-)

dateien/Aktuelles/Nachrichten/kpmg\_reportingsurvey\_2011.pdf (дата звернення 12.10.2017)

260. Linman D. Self-Management Skills for Employees, or How to Be a Productive Employee. URL : <http://www.mymanagementguide.com/self-management-skills-for-employees-or-how-to-be-a-productive-employee> (дата звернення 10.02.2018)

261. Miller, J. (1997). Case study in second language teaching. *Queensland Journal of Educational Research*, 13(1) P. 33-53

262. Morrison, Alison and O'Gorman, Kevin D. Hospitality studies and hospitality management: a symbiotic relationship. *International Journal of Hospitality Management*. 27 (2). 2008. pp. 214-221. URL : <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.028> (дата звернення 09.07.2018)

263. Proposal for a Council recommendation on Key Competences for LifeLong Learning {COM (2018) 24 final}. URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018SC0014&from=EN> (дата звернення 10.01.2019)

264. Raven, J. (2012) Competence, Education, Professional Development, Psychology, and Socio-Cybernetics. In Neimeyer (ed) Continuing Education: Types, Roles, and Societal Impacts. Hauppauge, New York: Nova Science Publishers, Inc. ., Hauppauge, New York 11788-3619. URL : [www.eyeesociety.co.uk/resources/CPDAPA\\_REVISIED\\_FULL\\_VERSION.pdf](http://www.eyeesociety.co.uk/resources/CPDAPA_REVISIED_FULL_VERSION.pdf) (дата звернення 07.09.2018)

265. Rokeach M. The Nature of Human Values. NY «Free Press», 1973. 438 p

266. Rosenstiel L.v., Neumann P. Marktpsychologie : Ein Handbuch für Studium und Praxis. Darmstadt : Primus Verlag, 2002. 334 S.

267. Sobczyk W., Zinkova I. Ujawnienie sformowanych cech przedsiębiorczej kultury przyszłych fachowców zakresu usług i turystyki. Соціокультурологічні та психолого-педагогічні аспекти становлення особистості в сучасному суспільстві: тенденції і перспективи : матеріали I Міжнародної конференції пам'яті

професора Володимира Костіва, м. Івано-Франківськ, 23 грудня 2019 р. Івано-Франківськ: НАІР, 2019. С. 86–88.

# Додатки

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Навчально методичний посібник:

1. Зінькова І. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теорія і практика : навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Видавництво ПП Багрій А.С., 2020. 112 с.

### Статті в наукових фахових виданнях України:

2.Зінькова І. Формування підприємницької культури майбутнього соціального педагога (постановка проблеми). *Вісник Прикарпатського університету. Серія : Педагогіка*. Івано-Франківськ, 2013. Вип.47. С.20–25.

3.Зінькова І. Формування підприємницької культури особистості – актуальне замовлення соціуму. *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2017. Вип.10. С.7–16 – електронне видання.

4.Зінькова І. Структурно-функціональний аналіз поняття «підприємницька культура фахівців сфери послуг і туризму». *Освітній простір України: науковий журнал ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»*. 2019. Вип.16. С.85–92.

5. Зінькова І. Підприємницька культура майбутніх фахівців сфери послуг і туризму: теоретичний аналіз проблеми. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 17. Теорія і практика навчання та виховання. Вип.30 : збірник наукових праць; за ред. В. І. Бондаря. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2019. С. 71–77-електронне видання.

6. Зінькова І. Методологічні засади формування підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки*. 2019. Вип. №2 (386). С.50–56.

7. Зінькова І. Формування професійно значущих особистісних якостей майбутніх фахівців сфери послуг і туризму у процесі їх професійної підготовки.

*Педагогічний дискурс. Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія.* 2019. Вип. 27. С.43–49.

#### **Статті у закордонних наукових виданнях:**

8. Зінькова І. Педагогічні умови формування підприємницької культури студентів галузі «сфера обслуговування» у закладах вищої освіти. *Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka.* 2019. Вип.47. С.17–20.

9. Зінькова І. Формування когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму засобами інтерактивних технологій. *Dynamics of the development of world science.* November 20-22, 2019. Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2019. С.496–503- електронне видання.

#### **Наукові статті та тези доповідей у збірниках матеріалів конференцій:**

10. Зінькова І. Формування умотивованості майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до оволодіння підприємницькою культурою у закладах вищої освіти. *Virtus: Scientific Journal.* 2019. September, Issue № 36. С.89–92.

11. Зінькова І. Педагогічні умови формування якостей підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму: постановка проблеми. *Психологія і педагогіка: Актуальні питання XXI століття.* Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м.Одеса, Україна 25–26 листопада 2011 року). Одеса, ГО «Південна фундація педагогіки», 2011. С.80–81.

12. Зінькова І. Актуальні аспекти особистісно орієнтованого підходу у спадщині вітчизняних та зарубіжних педагогів. *Актуальні проблеми виховання, розвитку та навчання дітей передшкільного віку крізь призму освіти для сталого розвитку.* Матеріали Всеукраїнської (з міжнародною участю) науково-практичної конференції (Хмельницький, 24-25 вересня 2019 року) / за заг. редакцією Л.В. Зданевич, Н.М. Миськової, Л.С. Пісоцької, О.Д. Рейпольської. Хмельницький : ХГПА, 2019. С. 53-57.

13. Зінькова І. Культурологічно-синергетична модель базової культури особистості В. Костіва як основа формування підприємницької культури.

*Теоретичні, методичні та практичні проблеми соціальної роботи. Матеріали науково-практичної конференції, 19 квітня 2019 р. Івано-Франківськ: НАІР, 2019. С.114–117.*

14. Sobczyk W., Zinkova I. Ujawnienie sformowanych cech przedsiębiorczej kultury przyszłych fachowców zakresu usług i turystyki. *Соціокультурологічні та психолого-педагогічні аспекти становлення особистості в сучасному суспільстві: тенденції і перспективи. Матеріали I Міжнародної конференції пам'яті професора Володимира Костіва, м. Івано-Франківськ, 23 грудня 2019 р. Івано-Франківськ: НАІР, 2019. С. 86–88.*



## Додаток Б

**Систематизований перелік професій фахівців сфери послуг і туризму  
(відповідно до рівнів вищої освіти)**

№ з/п	Рівні вищої освіти	Ступінь вищої освіти	Вимоги Національної рамки кваліфікацій	Професійна назва робіт
1	початковий рівень (короткий цикл)	молодший бакалавр	Здатність особи розв'язувати типові спеціалізовані задачі в певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідних наук і характеризується певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності та діяльності інших осіб у певних ситуаціях	агент з організації туризму, екскурсивод, покоївка, адміністратор, майстер ресторанного обслуговування, бармен, офіціант, стюард
2	перший (бакалаврський),	бакалавр	Здатність особи розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідних наук і характеризується комплексністю та невизначеністю умов	фахівець з гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси тощо), фахівець з готельної справи організатор туристичної і готельної діяльності; фахівець з готельного обслуговування
3	другий (магістерський)	магістр	Здатність особи розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	керуючий готельним господарством, туристичним комплексом; завідувач філіалу (філії) готелю чи туристичного комплексу; викладач; екскурсознавець, рекреолог, туризмознавець
4	третій (освітньо-науковий / освітньо-творчий)	доктор філософії	Здатність особи розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики	доцент, викладач, асистент, науковий співробітник (туризмологія, екскурсознавство)

**Програма навчальної дисципліни**  
**«ПІДПРИЄМНИЦЬКА КУЛЬТУРА ФАХІВЦЯ СФЕРИ ПОСЛУГ І**  
**ТУРИЗМУ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА»**

**1. Мета і завдання навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму: теорія і практика» відноситься до циклу професійної підготовки і належить до дисциплін вільного вибору студентів. Актуальність вивчення дисципліни зумовлена сучасними запитами ринкової економіки, потребою посилення конкурентоспроможності фахівців сфери послуг і туризму, підвищення культури підприємницької діяльності в означеній галузі. Зміст дисципліни охоплює теорію і практику підприємницької культури у сфері обслуговування, ключові поняття й термінологію, організацію діяльності колективу підприємств галузі, культуру ділового спілкування і ефективної взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності тощо.

Основні положення курсу сформульовано відповідно до вимог компетентнісного підходу. Зміст дисципліни базується на міжпредметних зв'язках з економікою, менеджментом і маркетингом у сфері обслуговування.

*Мета і цілі навчальної дисципліни.* Мета курсу – формування у студентів загальнокультурних і професійних компетенцій, необхідних для реалізації потенціалу підприємницької культури в сфері послуг і туризму. Цілями вивчення дисципліни є формування у студентів уявлення про сутність поняття «підприємницька культура» та системи знань про специфіку реалізації підприємницької культури у сфері послуг і туризму, розвиток уміння створювати й реалізовувати бізнес-проекти в означеній галузі, формування навички для організації діяльності підприємств галузі, сприяння удосконаленню професійної компетентності майбутніх фахівців.

*Результати навчання* репрезентовано у змісті компетенцій, якими мають опанувати майбутні фахівці, а саме:

- *соціально-особистісні компетенції*: розуміння суспільної значущості підприємницької культури; усвідомлення ролі підприємництва у процесі розвитку сфери послуг і туризму; прагнення якісно вирішувати професійні завдання з опорою на загальнолюдські цінності; комунікативні навички; здатність працювати в команді; толерантність;

- *загально-наукові компетенції*: базові знання з економіки, менеджменту і маркетингу з урахуванням специфіки галузі; володіння понятійним змістом категорії «підприємництво» в сфері послуг і туризму;
- *інструментальні компетенції*: уміння розробляти бізнес-проекти; організаційні навички; здатність до аналізу ринку послуг; готовність до виправданого ризику; здатність використовувати сучасні інформаційні технології;
- *професійні компетенції*: здатність розв'язувати професійні завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях; навички продуктивного спілкування зі споживачами сфери послуг і туризму; готовність до професійного й особистісного самовдосконалення.

## **2. Програма навчальної дисципліни**

### ***Змістовий модуль 1. Особистісний вимір підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму***

***Тема 1.*** Підприємницька культура у професійній діяльності фахівця сфери послуг і туризму

Характеристика ключових понять (підприємницька культура, бізнес-культура, організаційна культура). Культура як чинник ефективності підприємницької діяльності. Завдання і функції підприємницької культури у сфері обслуговування. Зміст і складові підприємницької культури фахівців сфери послуг і туризму.

***Тема 2.*** Психологічні аспекти підприємницької культури фахівців сфери обслуговування

Психологічні теорії підприємництва. Типологія бізнесменів і підприємців. Психологічний портрет підприємця. Мотивація підприємницької діяльності. Ціннісні орієнтації сучасних підприємців. Психологічні бар'єри у підприємницькій діяльності. Вплив емоційного інтелекту підприємця на успішність професійної діяльності.

***Тема 3.*** Самоменеджмент і самомаркетинг фахівців сфери послуг і туризму

Особистісні якості підприємця сфери послуг і туризму. Ініціативність як ключова характеристика успішного підприємця. Лідерство у змісті підприємницької культури. Готовність до ризику у підприємницькій діяльності.

Поняття про самоменеджмент і самомаркетинг підприємця сфери послуг і туризму. Мета, переваги і функції самоменеджменту. Планування особистої роботи підприємця. Встановлення пріоритетів. Технології підвищення особистісної продуктивності. Методи тайм-менеджменту. Стрес-менеджмент. Ресурс-менеджмент. Самомотивування і самоконтроль підприємця.

Імідж і стиль ділової людини. Поняття «імідж підприємця». Вплив самомаркетингу на ефективність підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму.

### ***Змістовий модуль 2. Підприємницька культура у змісті професійної діяльності фахівців сфери обслуговування***

#### ***Тема 4.*** Соціально-етичні засади підприємництва у сфері послуг і туризму

Сучасні підходи до визначення соціальної відповідальності підприємництва. Соціально-етичні принципи підприємницької діяльності. Участь підприємців у вирішенні соціально значущих проблем. Забезпечення ринку праці. Екологічна відповідальність підприємницької діяльності у сфері обслуговування. Участь підприємців у благодійній діяльності. Меценатство.

***Тема 5.*** Культура етикету підприємницької діяльності у сфері обслуговування.

Загальні положення культури етикету в підприємницькій діяльності. Морально-етичні установки в системі підприємницької взаємодії. Принципи етичної поведінки та етичних стандартів у підприємницькій діяльності сфери обслуговування. Загальні особливості ділового етикету в різних країнах світу. Крос-культурні відмінності підприємницького спілкування і взаємодії.

***Тема 6.*** Культура підприємницького спілкування і ефективної взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності

Поняття про підприємницьке спілкування у сфері обслуговування. Структура спілкування. Ефекти перцепції. Роль невербальної комунікації в ділових стосунках.

Конфлікти у професійній діяльності: сутність і види, причини і наслідки. Стратегія і тактика поведінки в конфліктних ситуаціях. Методи вирішення конфліктів на підприємстві.

#### ***Тема 7.*** Корпоративна культура у сфері послуг і туризму

Соціально-психологічне середовище підприємства. Статусно-рольова структура підприємства. Зміст поняття «корпоративна культура». Типологія корпоративної культури. Корпоративні традиції, свята.

### **3. Індивідуальні завдання**

1. Історичні етапи розвитку підприємництва.
2. Проблема особистості в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.
3. Творчість та інноваційна політика підприємця сфери обслуговування.

4. Мотиваційна основа підприємницької діяльності у сфері обслуговування.

5. Емоційний інтелект фахівця сфери послуг і туризму як необхідна умова ефективної підприємницької діяльності.

6. Комунікативні здібності підприємця у сфері послуг і туризму.

7. Вплив невербальної комунікації на успіх ведення переговорів.

8. Концепція лідерства у підприємстві.

9. Лідерські якості підприємця у сфері обслуговування.

10. Навички стрес-менеджменту в роботі підприємця сфери обслуговування.

11. Ресурс-менеджмент як умова досягнення поставлених цілей в підприємницькій діяльності.

12. Аналіз ризиків у сучасному туристичному підприємстві.

13. Аналіз ризиків у сучасному закладі готельно-ресторанного бізнесу.

14. Чинники ефективності підприємницької діяльності у сфері обслуговування.

15. Аналіз сучасної літератури з проблем ефективності підприємницької діяльності.

16. Психологічні особливості рекламної політики.

17. Коучинг як інноваційний засіб підвищення ефективності підприємницької діяльності.

18. Особливості впливу реклами на споживача у сфері обслуговування.

#### *Тематика групових та індивідуальних проєктів*

1. Розвиток емоційного інтелекту підприємця сфери обслуговування.

2. Клієнтоорієнтованість фахівця сфери послуг і туризму, як умова досягнення успіху у підприємницькій діяльності.

3. Розвиток навичок ділової комунікації майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

4. Підвищення підприємницького потенціалу туристичних осередків Прикарпаття (локація за вибором студентів).

5. Розробка і маркетингова оцінка рекреаційних можливостей нових туристичних маршрутів.

6. Розвиток корпоративної культури підприємства сфери обслуговування.

7. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі.

#### **4. Методи навчання**

Методи, методики та технології, які плануються для застосування у процесі вивчення навчальної дисципліни – словесні (лекція, бесіда, пояснення, розповідь, навчальні дискусії, наукові повідомлення), наочні (презентація,

інтелект-карта, «хмара тегів», інфорграфіка), практико-теоретичні (розв'язання психолого-педагогічних задач, case-study, або метод конкретних ситуацій), інформаційно-комунікаційні технології (Google-клас, Google-форми, Padlet), інтерактивні методи (асоціації, «мікрофон», «мозковий штурм», «світове кафе», моделювання ситуацій, робота в малих групах, робота в парах, метод проєктів), методи розвитку критичного мислення («передбачення», «читання з позначками», «прес»).

### 5. Методи контролю

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

-методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

-методи письмового контролю: модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування, есе.

-комп'ютерного контролю: тестові програми, підсумкова оцінка.

-методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

### 6. Рекомендована література

1. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність: навч. посіб. / За наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2014. 304 с.

2. Барна Н.В. Іміджелогія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.

3. Білоус-Сергеєва С.О. Формування підприємницької культури. *Reporter of the Priazovskyi State Technical University*. 2016. Issue 32, Volume 1. С.233–239.

4. Бишоф А. Самоменеджмент. Эффективно и рационально / А.Бишоф, К.Бишоф; [пер. с нем. Д. А. Пергамент]. 2-е изд., испр. Москва : Омега-Л, 2006. 127 с.

5. Богдан Н. М., Сухорукова О. П. Дослідження ризиків у туризмі. *Бізнес-інформ*. 2016. № 10. С.206–211.

6. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ : «Знання-Прес», 2006. 350 с.

7. Гаврилюк А.М., Плещан Х.В. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_9)

8. Гой І.В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.

9. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу : навчальний посібник. Одеса : Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
10. Дядін А.С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». URL : <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1808/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%201.%20%D0%94%D1%8F%D0%B4%D1%96%D0%BD.pdf> (дата звернення 03.02.2018)
11. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
12. Евенко Л. И. Модели бизнес-образования в западных странах. URL : [www.management.com.ua/be/be031.html](http://www.management.com.ua/be/be031.html) (дата звернення 20.11.2017).
13. Економіка і менеджмент підприємств готельно-туристичного комплексу : навч. посіб. / за ред. О.С. Гринькевич. Львів : МАУП, 2007. 303 с.
14. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ : НАДУ, 2010. 820 с.
15. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: (Советь руководителям, как эффективно использовать рабочее время) Пер. с нем. / Авт. предисл. В.М.Шепель. Москва : Экономика, 1990. 232 с.
16. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво : сутність, механізми і форми розвитку : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2008. 397 с.
17. Карамушка Л., Креденцер О. Психологічна готовність підприємців до професійної діяльності як чинник розвитку підприємницьких організацій. *Соціальна психологія*. 2010. № 1. С. 63–76.
18. Карамушка Л.М., Москальов М.В. Психологічні умови підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації : монографія. Київ : Просвіта, 2011. 200 с.
19. Кицай Л.І. Самомаркетинг як інструмент успішного працевлаштування та формування іміджу працівника. *Інвестиції: практика та досвід*. № 6. 2016. С.26–31.
20. Кові С. Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей; пер. з англ. О. Любенко. 2–ге вид., стер. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2014. 384 с
21. Колесник Т. М., Демидова О. С., Колесник Д. А. Історія розвитку підприємництва. *Бізнес-інформ*. 2013. № 1. URL : [http://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2013-1\\_0-pages-332\\_334.pdf](http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2013-1_0-pages-332_334.pdf) (дата звернення 22.05.2018)
22. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства ; пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.

23. Лазанська Т.І. Історія підприємництва в Україні (на матеріалах торгово-промислової статистики ХІХ ст.). Київ : Видавництво Інституту історії України НАН України, 1999. 282 с.
24. Лугова В. М., Голубев С. М. Основи самоменеджменту та лідерства [Електронний ресурс] : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.
25. Малхазов О. Р. Психологія праці : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 208 с.
26. Можвіло О. А. Дослідження психологічних причин опору персоналу інноваційним змінам в організаціях сфери послуг. *Наука і освіта*. 2010. № 4/5. С. 24–31.
27. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності : посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. 280 с.
28. Нетепчук В.В. Самоменеджмент : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2013. 354 с.
29. Орликовський М.О., Осовська Г.В., Ткачук В.І. Самоменеджмент. Практикум: терміни, тести, практичні завдання та ситуації: навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 410 с.
30. Основи підприємництва: Підручник / [ Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін. ] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
31. Остропольська З. М. Етика підприємництва в Україні : соціокультурні виміри. *Культура України*. 2013. Випуск 43. С.23–30.
32. Пілецька Л. С. Психологія бізнесу: Довідково-методичний посібник. Івано-Франківськ: Місто-НВ, 2007. 150 с.
33. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року від 24 травня 2017 р. № 504-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%D1%80> (дата звернення 22.01.2018)
34. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
35. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015?find=1&text=%F2%F3%F0%E8%E7%EC#w11> (дата звернення 22.01.2018)
36. Ткач В., Камушков О., Захарова С. Розвиток підприємництва у сфері туризму: державний та економічний механізм. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2015. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu\\_2015\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2015_2_20) (дата звернення 10.03.2017)



37. Чкан А. С., Маркова С.В., Коваленко Н.М. Самоменеджмент : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Менеджмент». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 84 с.

38. Як започаткувати і розвинути власну справу : практичний посібник підприємця / Петренко В.П., Табахарнюк М.О., Пасічник О.В. та ін. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1998. С. 12–13.

## **12. Інформаційні ресурси**

Адреси бібліотек:

1. Наукова бібліотека педагогічного факультету Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника – вул. Бандери, 1

2. Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Франка – вул. Чорновола, 22

Інтернет ресурси:

1. [www.mon.gov.ua/](http://www.mon.gov.ua/) - Сайт Міністерства освіти і науки України

2. <http://www.nbuv.gov.ua/> - Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського.

3. <https://lib.if.ua/> - Сайт Івано-Франківської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. І. Франка

4. <http://lib.pnu.edu.ua>. – Сайт наукової бібліотеки Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника.

**Діагностичний інструментарій для виявлення рівня підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму**

<b>Критерії компонентів підприємницької культури</b>	<b>Діагностичні методики</b>
<b>Мотиваційно-ціннісний компонент</b>	
Спрямованість особистості на реалізацію підприємницьких здібностей і якостей у професійній діяльності в сфері послуг і туризму	Опитувальник А. Реана «Мотивація успіху та страх невдачі» Методика М.Рокича «Ціннісні орієнтації» Авторська діагностична анкета
<b>Особистісно-рефлексивний компонент</b>	
Сформованість особистісних професійно значущих якостей і рефлексивних здібностей	Тест для визначення готовності до підприємницької діяльності Авторська діагностична анкета
<b>Когнітивно-праксеологічний компонент</b>	
Теоретико-практична поінформованість про специфіку підприємництва, сформованість комунікативних навичок, підприємницьких здібностей та їх використання в практичній діяльності в сфері послуг і туризму	«Діагностика комунікативних і організаторських здібностей» (КОС-2) Діагностична письмова робота Аналіз звітної документації виробничої практики Авторська діагностична анкета
<b>Соціально-етичний компонент</b>	
Здатність підпорядковувати професійну діяльність соціально-етичним нормам	Методика діагностики оцінки самоконтролю в спілкуванні Авторська діагностична анкета

## Додаток Ж

## Рівні розвитку компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму

Компоненти Рівні	Мотиваційно-ціннісний	Особистісно-рефлексивний	Когнітивно-праксеологічний	Соціально-етичний
<b>Високий</b>	<p>Стійка зорієнтованість на досягнення успіху в професійній діяльності; чіткість і усвідомленість професійних ціннісних орієнтирів; усвідомлена потреба якісного виконання професійних завдань; зорієнтованість на задоволення потреб споживачів відповідно до професійних функцій; стимулом для діяльності є стійка внутрішня мотивація.</p>	<p>Високорозвинуті особистісні якості комунікативності, інноваційної спрямованості, креативності, клієнтоорієнтованості, послідовні прояви ініціативності в процесі розв'язання навчально-професійних проблемних ситуацій; високий ступінь сформованості навичок самоменеджменту і самомаркетингу; здатність досконало проектувати особистісну стратегію професійного розвитку в сфері послуг і туризму; обґрунтована оцінка досягнень і труднощів у процесі здійснення підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму.</p>	<p>Системні знання про зміст понять «підприємництво», «підприємницька діяльність», «підприємницька культура» у сфері послуг і туризму; міцні й осмислені знання про особливості менеджменту, маркетингу, економічного розвитку галузі послуг і туризму; високорозвинуті уміння розробляти бізнес-проекти, обирати найбільш раціональні й економічно обґрунтовані вирішення професійних завдань; стійкі вияви активності, ініціативності, творчого, системно-моделюючого підходу до вирішення професійних завдань.</p>	<p>Глибока обізнаність, усвідомленість морально-етичних норм ведення бізнесу (міжнародних і національних); стійка здатність вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму на гуманістичних засадах; стійка орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом; глибоке розуміння соціально-економічної значущості професійної діяльності у сфері послуг і туризму.</p>

## Продовження Додатка Ж

<b>Достатній</b>	Зорієнтованість на досягнення успіху та уникнення невдачі в професійній діяльності приблизно на однаковому рівні; стабільність професійних ціннісних орієнтирів; потреба достатньо якісного виконання професійних завдань; помірна зорієнтованість на задоволення потреб споживачів відповідно до професійних функцій; стимулом для діяльності є зовнішня і внутрішня мотивація.	Середній рівень розвитку особистісних якостей комунікативності, інноваційної спрямованості, креативності, клієнтоорієнтованості, прояви ініціативності в процесі розв'язання навчально-професійних проблемних ситуацій в стандартних умовах; достатній рівень сформованості навичок самоменеджменту і самомаркетингу; здатність проектувати напрям професійного розвитку в сфері послуг і туризму; достатньо обґрунтована оцінка досягнень і труднощів у процесі здійснення підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму.	Грунтовні уявлення про зміст понять «підприємництво», «підприємницька діяльність», «підприємницька культура» у сфері послуг і туризму; осмислені знання про особливості менеджменту, маркетингу, економічного розвитку галузі послуг і туризму; здатність розробляти бізнес-проекти, обирати раціональні й економічно обґрунтовані рішення професійних завдань; прояви активності, ініціативності, локально-моделюючого підходу до вирішення професійних завдань.	Знання і розуміння морально-етичних норм ведення бізнесу (міжнародних і національних); достатній рівень здатності вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму на гуманістичних засадах; орієнтація на отримання прибутків чесним і законним шляхом; достатнє розуміння соціально-економічної значущості професійної діяльності у сфері послуг і туризму.
<b>Низький</b>	Усвідомлення цілей та мотивів професійної діяльності часткове; зорієнтованість на уникнення невдачі в професійній діяльності; професійні ціннісні орієнтації недостатньо проявляються під час	Особистісні якості комунікативності, інноваційної спрямованості, креативності, клієнтоорієнтованості розвинуті недостатньо, проявляються в окремих добре знайомих ситуаціях професійної діяльності; володіння типовими навичками самоменеджменту і	Знання про підприємництво, підприємницьку культуру, менеджмент та маркетинг у сфері послуг та туризму репродуктивного характеру; загальні уявлення про економічні механізми розвитку підприємництва в сфері послуг і туризму; володіння типовими	Уявлення про морально-етичні норми ведення бізнесу недостатні і несистематизовані; теоретичні уявлення про особливості побудови відносин із суб'єктами підприємницької діяльності і брак здібностей та практичних навичок в цьому

## Продовження Додатка Ж

	вирішення навчально-професійних завдань; низька здатність виявляти і враховувати в діяльності потреби споживачів; здебільшого мотивація професійної діяльності зовнішня.	самомаркетингу; труднощі з виявленням власних досягнень у сфері майбутньої професійної діяльності.	уміннями розробки бізнес-проектів; епізодичні прояви активності в розв'язанні професійних завдань репродуктивного типу.	напрямі; часткове усвідомлення соціально-економічної значущості підприємницької діяльності.
<b>Критичний</b>	Відсутність власних цілей і мотивів професійної діяльності в сфері послуг і туризму; постійна зорієнтованість на уникнення невдачі; нерозуміння професійних цінностей та їх значущості; нездатність виявлення потреб споживачів сфери послуг і туризму.	Якості комунікативності, інноваційної спрямованості, креативності, клієнтоорієнтованості виявляються не проявляються в ситуаціях професійної діяльності; поверхневі уявлення про самоменеджмент і самомаркетинг; нездатність виявлення власних досягнень і труднощів у сфері майбутньої професійної діяльності.	Слабкі і поверхневі знання про специфіку організації підприємництва у сфері послуг і туризму; недостатнє усвідомлення економічних, маркетингових механізмів реалізації підприємницької культури в галузі; відсутність проявів активності та копіювання наявних прикладів поведінки в розв'язанні професійних завдань.	Недостатнє знання і нерозуміння морально-етичних норм ведення бізнесу; відсутність уявлень про особливості побудови відносин із суб'єктами підприємницької діяльності, здібностей та відповідних практичних навичок; низький рівень усвідомлення соціально-економічної значущості підприємницької діяльності.

## Додаток 3.1

**АНКЕТА на виявлення ставлення здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа» і 242 «Туризм» та менеджерів сфери послуг і туризму до проблеми формування підприємницької культури (авторська)**

*Мета дослідження:* виявлення стану проблеми підприємницької культури та ставлення до цієї проблеми здобувачів освіти та менеджерів сфери послуг і туризму.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги! Уважно прочитайте питання і з-поміж запропонованих варіантів оберіть такий, що найбільше відповідає Вашому ставленню до проблеми формування підприємницької культури у сфері послуг і туризму.

1. Чи є потреба у цілеспрямованому формуванні підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму?

- а) так, є;
- б) так, але я отримав достатньо інформації про підприємництво і підприємницьку культуру під час навчання у ЗВО;
- в) ні, у цьому немає потреби;
- г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

2. Чи вважаєте Ви, що цілеспрямоване формування підприємницької культури студентів означених галузей сприятиме досягненню ними успіху в майбутній професійній діяльності і впливатиме на їх професійну самореалізацію загалом:

- а) так;
- б) так, але все залежить від змісту навчання та форм і методів, які використовуються у ЗВО;
- в) ні;

г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

3. Чи доводилося застосовувати якості підприємницької культури під час проходження різних видів практик у ЗВО чи у процесі професійної діяльності (для менеджерів та працюючих студентів)?

а) так, часто;

б) так, однак бракувало компетентності для такої роботи;

в) ні, вважаю що фахівець сфери послуг і туризму не зобов'язаний володіти якостями підприємницької культури;

г) ні, я не володію якостями підприємницької культури;

д) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

4. Чи відчували Ви потребу в поглибленні знань і удосконаленні практичних навичок підприємницької культури під час виробничої практики / професійної діяльності?

а) так;

б) частково;

в) ні, у цьому немає потреби;

г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

5. Які саме аспекти Вашої професійної підготовки, на Вашу думку, потребують удосконалення для успішної організації підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму?

а) удосконалення особистісних якостей креативності, комунікативності, ініціативності, готовності до ризиків тощо;

б) практичні навички й уміння, необхідні організації підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму;

в) інструментарій для розробки бізнес-проектів у галузі;

г) розуміння соціально-етичних норм підприємницької діяльності в означеній галузі;

г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

6. Чи плануєте Ви надалі розвивати власну підприємницьку культуру?

а) так;

- б) так, але все залежить від поставлених професійних завдань;
- в) ні, у цьому немає потреби;
- г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_.

7. Виокремте ті освітні компоненти, у процесі опанування яких Ви ознайомилися з аспектами підприємницької культури у сфері послуг і туризму під час навчання у закладі вищої освіти (можна обрати до чотирьох позицій):

- а) виробнича практика;
- б) курсова робота;
- в) Маркетинг у туризмі;
- г) Менеджмент у туризмі;
- г) Мікроекономіка;
- д) Макроекономіка;
- е) Організація готельного господарства;
- є) Організація рекреаційних послуг;
- ж) Основи туризмознавства;
- з) Організація туристичних послуг;
- к) Економіка підприємства;
- л) у жодному з перелічених освітніх компонентів;
- м) інші дисципліни (вказіть, які саме \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

*Дякуємо за співпрацю!*



## Додаток 3.2

**Опитувальник А. Реана «Мотивація успіху та страх невдачі»<sup>1</sup>**

*Мета дослідження:* виявити спрямованість мотивації особистості на досягнення успіху або уникнення невдачі.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги, запрошуємо Вас до участі в опитуванні. На наведені нижче питання необхідно відповісти «так» (+) чи «ні» (-). Відповідайте на питання достатньо швидко, довго не замислюючись.

№з/п	Текст опитувальника	
1	Включаючись у роботу, сподіваюся на успіх.	
2	У діяльності активний	
3	Схильний до прояву ініціативи	
4	При виконанні відповідальних завдань прагну по можливості знайти причини відмови від них	
5	Часто вибираю крайнощі: або занижені легкі завдання, або нереально важкі	
6	При зустрічі з перешкодами, як правило, не відступаю, а шукаю способи їх подолання	
7	При чергуванні успіхів і невдач схильний до переоцінки своїх успіхів	
8	Продуктивність діяльності в основному залежить від моєї цілеспрямованості, а не від зовнішнього контролю	
9	При виконанні достатньо важких завдань в умовах обмеженого часу результативність моєї діяльності погіршується	
10	Я схильний проявляти наполегливість у досягненні мети	
11	Я схильний планувати своє майбутнє на достатньо віддалену перспективу	
12	Якщо ризикую, то з розумом, а не відчайдушно	
13	Я не дуже наполегливий у досягненні мети, особливо якщо відсутній зовнішній контроль	
14	Вважаю за краще ставити перед собою середні за складністю або злегка завищені, проте досяжні цілі	

<sup>1</sup> Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. 2-е изд., доп. М. : Психотерапия, 2009. 544 с.

15	У разі невдачі при виконанні завдання його привабливість для мене знижується	
16	При чергуванні успіхів і невдач я більше схильний до переоцінки своїх невдач	
17	Вважаю за краще планувати своє майбутнє лише на найближчий час	
18	При роботі в умовах обмеженого часу результативність діяльності у мене поліпшується, навіть якщо завдання достатньо важке	
19	У разі невдачі я, як правило, не відмовляюся від поставленої мети	
20	Якщо я сам вибрав для себе завдання, то у разі невдачі його привабливість тільки зростає	

*Обробка та інтерпретація результатів:*

1 бал отримують відповіді «так» на питання 1-3, 6, 8, 10-12, 14, 16, 18-20; відповіді «ні» на питання 4, 5, 7, 9, 13, 15, 17. Підраховується загальна кількість балів.

Якщо досліджуваний набирає від 1 до 7 балів, то діагностується мотивація на невдачу (страх невдачі); 14 до 20 балів – мотивація на успіх (надія на успіх). Якщо кількість набраних балів у межах від 8 до 13, то слід вважати, що мотиваційний полюс не виражений. При цьому 8 – 9 балів ближче до страху невдачі, а 12 – 13 балів – до мотивації успіху.

## Додаток 3.3

Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокича<sup>2</sup>

*Мета дослідження:* виявити ієрархію ціннісних орієнтацій особистості за термінальними та інструментальними ознаками.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги, пропонуємо Вам два переліки цінностей: список А та список Б. Запропоновані у кожному переліку цінності необхідно прорангувати у порядку їх важливості, значущості для Вас, розглядаючи їх як принципи, яких Ви дотримуетесь у житті.

Уважно прочитайте зміст усіх запропонованих Вам цінностей у Списку А та знайдіть серед них ту, яка є для Вас найбільш значущою. Вона і буде на першому місці (у клітинці поряд з нею поставте цифру 1). Далі виберіть наступну за значущістю і поставте поряд з нею цифру 2, поряд з наступною за значущістю поставте цифру 3 і так до кінця. Найменш важлива для Вас цінність повинна бути на 18 місці.

Таку ж саму процедуру необхідно повторити зі списком Б. Завдання слід виконувати вдумливо, не поспішаючи.

## Список А (термінальні цінності)

1. Активне діяльне життя (повнота та емоційна насиченість життя)
2. Життєва мудрість (зрілість суджень та здоровий глузд, що приходять з досвідом)
3. Здоров'я (фізичне та психічне)
4. Цікава робота
5. Краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі та в мистецтві)
6. Кохання (духовна та фізична близькість з коханою для Вас людиною)
7. Матеріальна забезпеченість життя (відсутність матеріальних труднощів)
8. Наявність хороших та вірних друзів
9. Суспільне визнання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);

<sup>2</sup> Малімон Л. Я., Пашкіна А. М. Гармонізація індивідуальних та групових організаційних цінностей в місцевих органах виконавчої влади : Навч.-метод. посібник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, 2014. 136 с.

10. Пізнання (можливість поглибити свою освіту, розширити світогляд, загальну культуру; інтелектуальний розвиток)
11. Продуктивне життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил та здібностей);
12. Розвиток (робота над собою, постійне фізичне та духовне вдосконалення)
13. Розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків)
14. Свобода (самостійність, незалежність у судженнях та вчинках)
15. Щасливе сімейне життя
16. Щастя інших (добробут, розвиток та вдосконалення інших людей, всього народу, людства загалом)
17. Творчість (можливість творчої діяльності)
18. Впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч, сумнівів).

#### Список Б (інструментальні цінності)

1. Акуратність (вміння дотримуватись порядку у речах та справах)
2. Вихованість (гарні манери)
3. Високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання )
4. Життєрадісність (почуття гумору)
5. Виконавськість (дисциплінованість)
6. Незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
7. Непримиренність до недоліків у собі та інших
8. Освіченість (широта знань, висока загальна культура);
9. Відповідальність (почуття обов'язку, вміння дотримуватись слова)
10. Раціоналізм (вміння тверезо та логічно мислити, приймати продумані, раціональні рішення)
11. Самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
12. Сміливість у відстоюванні своєї думки, своїх поглядів
13. Тверда воля (вміння наполягти на своєму, не відступати перед труднощами)

14. Терпимість (до поглядів та думок інших, вміння прощати іншим їх помилки)
15. Широта поглядів (вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інакші смаки, звичаї, звички)
16. Чесність (правдивість, щирість)
17. Ефективність у справах (працелюбність, продуктивність у роботі)
18. Чуйність (турботливість)

*Дякуємо за співпрацю!*

#### *Обробка та інтерпретація результатів*

Аналізуючи ієрархію ціннісних орієнтацій, варто звернути увагу на їх групування респондентами у змістові блоки на різних підставах. Так, наприклад, ми групували за ознаками соціальної та матеріальної значущості. Таким чином було виокремлено соціально значущу спрямованість особистості, матеріальну (корисливу) та нейтральну системи цінностей.

**Письмова діагностична робота для виявлення рівня і якості знань майбутніх фахівців сфери послуг і туризму про специфіку підприємницької культури в галузі**

(когнітивно-праксеологічний компонент підприємницької культури)

*Мета дослідження:* виявлення рівня і якості знань майбутніх фахівців сфери послуг і туризму про специфіку підприємницької культури в галузі

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановний колего! Просимо Вас дати повні відповіді на питання письмової діагностичної роботи з метою виявлення рівня Вашої поінформованості про особливості реалізації підприємницької культури фахівців готельно-ресторанних закладів та підприємств туристичної індустрії. Результати опитування будуть використані для доповнення змісту професійної підготовки майбутніх фахівців означеної галузі у закладах вищої освіти України.

1. Підприємницька культура – це
2. Назвіть завдання підприємницької культури у сфері обслуговування
3. Перелічіть складові підприємницької культури
4. Охарактеризуйте психологічний портрет підприємця у сфері обслуговування
5. Назвіть психологічні бар'єри підприємницької діяльності і запропонуйте способи їх подолання
6. Поняття про «емоційний інтелект». Як емоційний інтелект впливає на успіх підприємницької діяльності?
7. Самоменеджмент – це

8. Назвіть технології підвищення особистої продуктивності засобами самоменеджменту
9. Самомаркетинг – це
10. Охарактеризуйте вплив іміджу на успіх підприємницької діяльності
11. Охарактеризуйте поняття соціальної відповідальності підприємництва у сфері обслуговування
12. Перелічіть принципи етичної поведінки та стандартів підприємницької діяльності, наведіть приклади їх застосування
13. Напрями й особливості культури підприємницького спілкування у сфері обслуговування
14. Вплив невербальної комунікації на успіх ділового спілкування
15. Охарактеризуйте стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях підприємницької діяльності, обґрунтуйте найоптимальнішу, на вашу думку

*Дякуємо за співпрацю!*

*Обробка та інтерпретація результатів:*

За кожну правильну відповідь студенти отримують 1 бал, неповну відповідь – 0,5 балів. Результати письмової роботи піддаються кількісному та якісному аналізу, оскільки засвідчують рівень об'єктивних знань студентів з проблеми реалізації підприємницької культури у сфері обслуговування.

Рівень сформованості когнітивно-праксеологічного компонента підприємницької культури	Сума одержаних балів
критичний	1-4
низький	5-7
достатній	8-11
високий	12-15

## Додаток 3.5

**«Діагностика комунікативних і організаторських здібностей» (КОС-2)<sup>3</sup>**

*Мета дослідження:* діагностика комунікативних та організаторських здібностей допоможе особистості самостійно оцінити наявний рівень розвитку цих здібностей та, за потреби, продумати шлях їхнього подальшого розвитку.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги, методика визначення комунікативних і організаторських здібностей містить 40 питань. На кожне питання слід відповісти «так» (+) або «ні» (-). Якщо вам важко у виборі відповіді, необхідно все-таки обрати між двома альтернативами. Час на виконання: 10-15 хвилин.

## Питання тесту:

1. Чи є у вас прагнення до вивчення людей і знайомств з різними людьми?
2. Чи подобається вам займатися громадською роботою?
3. Чи довго вас турбує почуття образи, завданої вам ким-небудь з ваших товаришів?
4. Чи завжди вам важко орієнтуватися в критичній ситуації?
5. Чи багато у вас друзів, з якими ви постійно спілкуєтеся?
6. Чи часто вам вдається схилити більшість своїх товаришів до прийняття ними вашої думки?
7. Чи вірно, що вам приємніше і простіше проводити час за книгами або за яким-небудь іншим заняттям, ніж з людьми?
8. Якщо виникли перешкоди у здійсненні ваших намірів, чи легко вам відмовитися від своїх намірів?
9. Чи легко ви встановлюєте контакти з людьми, які старші за вас за віком?
10. Чи любите ви придумувати або організовувати зі своїми товаришами різні ігри та розваги?
11. Чи важко вам включатися в нові для вас компанії (колективи)?
12. Чи часто ви відкладаєте на потім справи, які потрібно виконати сьогодні?
13. Чи легко вам вдається встановлювати контакти та спілкуватися з незнайомими людьми?
14. Чи прагнете ви домогтися того, щоб ваші товариші діяли відповідно до вашої думки?
15. Чи важко ви освоюєтеся в новому колективі?

<sup>3</sup> Диагностика коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2) / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2002. С.263-265.



16. Чи правда, що у вас не буває конфліктів з товаришами через невиконання ними своїх обіцянок, зобов'язань, обов'язків?
17. Чи прагнете ви при нагоді познайомитися і поговорити з новою людиною?
18. Чи часто при вирішенні важливих справ ви приймаєте ініціативу на себе?
19. Чи дратують вас навколишні люди та чи хочеться вам побути на самоті?
20. Чи правда, що ви погано орієнтуєтесь в незнайомій для вас обстановці?
21. Чи подобається вам постійно знаходитися серед людей?
22. Чи виникає у вас роздратування, якщо вам не вдається закінчити розпочату справу?
23. Чи відчуваєте ви незадоволення, якщо доводиться проявити ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?
24. Чи правда, що ви втомлюєтесь від частого спілкування з товаришами?
25. Чи любите ви брати участь у колективних іграх?
26. Чи часто ви проявляєте ініціативу при вирішенні питань, які зачіпають інтереси ваших товаришів?
27. Чи правда, що ви відчуваєте себе невпевнено серед незнайомих людей?
28. Чи правда, що ви рідко прагнете довести свою правоту?
29. Чи вважаєте ви, що вам не становить особливих труднощів внести пожвавлення в малознайому групу?
30. Чи приймаєте ви участь у громадській роботі в школі (у навчальному закладі, на виробництві)?
31. Чи прагнете ви обмежити коло своїх знайомих?
32. Чи вірно, що ви не прагнете відстоювати свою думку або рішення, якщо воно не відразу було прийнято товаришами?
33. Чи відчуваєте ви себе невимушено, потрапивши в незнайомий колектив?
34. Чи охоче ви приступаєте до організації різних заходів для своїх товаришів?
35. Чи правда, що ви не відчуваєте себе досить упевненим і спокійним, коли доводиться говорити що-небудь великій групі людей?
36. Чи часто ви спізнюєтесь на ділові зустрічі, побачення?
37. Чи правда, що у вас багато друзів?
38. Чи часто ви опиняєтесь в центрі уваги своїх товаришів?
39. Чи часто ви стривожені і відчуваєте незручність при спілкуванні з малознайомими людьми?
40. Чи правда, що ви не дуже впевнено відчуваєте себе в оточенні великої групи своїх товаришів?

*Дякуємо за співпрацю!*

*Обробка та інтерпретація результатів:*

Ключ до тесту: Комунікативні здібності визначають ключові відповіді на наступні питання: (+) «Так» 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37; (-) «Ні» 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39.

Організаторські здібності визначають ключові відповіді на наступні питання: (+) «Так» 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38; (-) «Ні» 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40

*Обробка результатів тесту*

Максимальна кількість балів окремо за кожним параметром - 20. Підраховуються бали окремо за комунікативними та окремо за організаторськими здібностями за допомогою ключа для обробки даних «КОС-2». За кожну відповідь «так» або «ні» для висловлювань, які збігаються із зазначеними в ключі окремо за відповідними здібностям, приписується один бал. Експериментально встановлено п'ять рівнів комунікативних і організаторських здібностей. Зразок розподілу балів за цими рівнями показано нижче.

Рівні комунікативних і організаторських здібностей та їх співвіднесення з рівнями сформованості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Сума балів 1-5 – критичний рівень.

Сума балів 6-9 –низький рівень.

Сума балів 10-14 – достатній рівень.

Сума балів 15-20 –високий рівень.

**Тест для визначення готовності до підприємницької діяльності та сформованості підприємницьких якостей особистості (за Петренком В.П., Табахарнюком М.О., Пасічником О.В.)<sup>4</sup>**

*Мета дослідження:* визначення рівня психологічної готовності майбутніх фахівців сфери послуг і туризму до підприємницької діяльності.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги, підготуйте, будь-ласка, бланк для методики (перелік цифр від 1 до 10). Дайте щирі відповіді на наступні 10 запитань. При цьому виберіть із запропонованих до кожного питання відповідей одну, яка на Вашу думку, є найбільш достовірною.

*Текст опитувальника*

1. Чи Ви є ініціативною особою?
  - 1) я завжди знаю, що і як робити. Для цього мені не треба радників.
  - 2) я працюю добре тільки тоді, коли мене хтось орієнтує і надихає.
  - 3) ініціативу проявляють тільки дурні. Без крайньої потреби я пасую.
2. Як Ви ставитесь до інших?
  - 1) я люблю людей і можу знайти спільну мову майже з кожним.
  - 2) я маю достатньо друзів і мені більше ніхто не потрібний.
  - 3) більшість людей мене дратує.
3. Чи здатні Ви взяти відповідальність на себе?
  - 1) мені подобається особисто контролювати перебіг справ.
  - 2) я беру відповідальність тільки тоді, коли в ньому є крайня потреба.
  - 3) працьовиті роботяги-ентузіасти знаходяться завжди. Я нічого не маю проти того, щоб інші керували і несли відповідальність.
4. Чи здатні Ви до лідерства?

---

<sup>4</sup> Як започаткувати і розвинути власну справу : Практичний посібник підприємця / Петренко В.П., Табахарнюк М.О., Пасічник О.В. та ін. Івано-Франківськ: Лілея НВ, 1998. С. 12–13.

1) коли я розпочинаю якусь справу, мені неважко залучити до цього інших людей.

2) я вмію розпоряджатися, якщо хтось мені пояснить, що і як потрібно робити.

3) як правило, долучаюся до роботи тільки тоді, коли мене просять.

5. Чи успішний Ви організатор?

1) перед початком роботи я складаю план дій і належу до тих, хто завжди в своїх діях керується інтересами групи.

2) я добре працюю до того часу, поки все йде добре. Ускладнення виводять мене з гри.

3) проблеми, що виникають під час роботи, я сприймаю як неминуче непереможне зло.

6. Наскільки Ви наполегливий працівник?

1) я працюю стільки, скільки потрібно для успішного завершення справи.

2) певний час я працюю сумлінно і старанно, та коли робота набридне, я можу легко залишити її іншим.

3) я перекопаний, що важка праця не завжди приносить свої плоди.

7. Чи здатні Ви приймати рішення?

1) для мене це легко навіть. Як правило, мої рішення є вдалимими.

2) я можу приймати рішення тільки тоді, коли у мене достатньо часу. Інакше у мене завжди виникають сумніви щодо їх правильності.

3) мені взагалі не подобається приймати будь-які рішення.

8. Чи довіряють інші люди Вашим словам?

1) авжеж! Я ніколи не кажу того, в чому не впевнений на 100 %.

2) я тримаю марку, але іноді кажу те, що перше спаде на думку.

3) я не звергаю на це уваги, оскільки відрізнити де правда, а де брехня, — важко.

9. Наскільки Ви цілеспрямовані?

1) якщо я берусь за щось, то доводжу все до кінця і не дозволяю нікому і нічому мене зупинити.

2) як правило, я доводжу справу до кінця, якщо все гаразд.

3) якщо робота не йде в лад, я її лишаю.

10. Чи міцне у Вас здоров'я?

1) я маю дуже міцне здоров'я.

2) у мене достатньо енергії для всіх моїх справ.

3) я виснажуюся значно швидше від своїх колег.

*Дякуємо за співпрацю!*

*Обробка та інтерпретація результатів:*

Необхідно підрахувати кількість отриманих студентами балів за кожним із запропонованих варіантів. Нами було доповнено оцінку відповідей респондентів за трьох-бальною шкалою: 3 бали – за перший варіант відповіді до кожного питання анкети, 2 бали за вибір другого варіанту і 1 бал за вибір третього варіанту. Таким чином результати було адаптовано до рівнів сформованості компонентів підприємницької культури, а саме: 30-25 балів – високий рівень, 24-20 балів – достатній рівень, 19-15 балів – низький рівень і 14-10 балів – критичний рівень.

### Методика діагностики оцінки самоконтролю в спілкуванні <sup>5</sup>

*Мета дослідження:* виявити здатність особистості до самоконтролю в спілкуванні і поведінці загалом.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановні колеги, уважно прочитайте десять речень, які описують реакції на деякі ситуації. Кожне з них ви повинні оцінити як правильне чи неправильне залежно від своєї реакції. Якщо речення здається вам правильним чи переважно правильним, поставте поруч з його порядковим номером букву «П», якщо неправильним чи переважно неправильним – букву «Н».

1. Мистецтво наслідувати інших здається мені складним.
2. Я, мабуть, міг би клеїти дурня, щоб привернути до себе увагу чи потішити оточуючих.
3. Я міг би стати непоганим актором.
4. Іншим людям іноді здається, що я відчуваю щось глибше, ніж це є насправді.
5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
6. У різних ситуаціях, спілкуючись з різними людьми, я поводжу себе по-різному.
7. Я можу наполягати лише на тому, в чому глибоко переконаний.
8. Щоб мати успіх у справах і стосунках з людьми, я намагаюсь бути таким, яким мене воліють бачити.
9. Я можу бути доброзичливим із людьми, яких я не терплю.
10. Я не завжди такий, яким здаюсь.

*Дякуємо за співпрацю!*

*Обробка та інтерпретація результатів:*

---

<sup>5</sup>. Методика дослідження особливостей психологічної готовності керівників освітніх організацій до діяльності в умовах змін; за наук. ред. О. І. Бондарчук Київ, 2014. С. 78-79

По одному балу нараховується за відповідь «Н» на питання 1, 5 і 7 і за відповідь «П» на всі інші. Підраховується сума балів. Інтерпретація результатів:

0 – 3 бали – людина з низьким комунікативним контролем, поведінка стійка і людина не вважає необхідним змінювати її залежно від ситуацій. Особистість здатна до щирого самовираження у спілкуванні, характеризується прямотинітністю.

4 – 6 балів – середній комунікативний контроль. Людина щира, але не стримана у своїх емоційних проявах, проте зважає у своїй поведінці на думку оточуючих вас людей.

7 – 10 балів – високий комунікативний контроль. Людина легко входить у будь-яку роль, гнучко реагує на зміни ситуації, добре відчуває і навіть можете передбачити враження, яке справляєте на оточуючих.

**Діагностична анкета**  
**для визначення самооцінки сформованості компонентів**  
**підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму**  
**(авторська)**

*Мета дослідження:* виявлення стану сформованості компонентів підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму шляхом самооцінки.

*Інструкція для учасників дослідження:* Шановний колего! Просимо взяти участь в анкетуванні для виявлення самооцінки рівня сформованості підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Ваші відповіді допоможуть виявити стан порушеної проблеми, розробити оптимальну програму для розв'язання проблеми, вдосконалити процес фахової підготовки загалом.

Діагностична анкета має чотири блоки, у змісті яких представлено питання, які дозволяють виявити стан сформованості окремих компонентів підприємницької культури. Показники слід оцінювати за 4-бальною шкалою, де 4 бали – високий рівень, 3 – достатній, 2 – низький, 1 – критичний.

***Мотиваційно-ціннісний компонент***

- Потреба якісно виконувати поставлені завдання
- Здатність долати труднощі в професійній діяльності
- Потреба досягнення успіху в діяльності
- Зорієнтованість на задоволення потреб споживачів в майбутній професійній діяльності
- Прагнення розвивати власні якості підприємницької культури
- Спрямованість на інноваційність в майбутній професійній діяльності
- Вагомість базових цінностей (здоров'я, освіта, сім'я, друзі)
- Вагомість духовних цінностей (любов, щастя, творчість, краса)
- Сформованість моральних особистісних цінностей (гуманізм, чесність, відповідальність)
- Сформованість професійних цінностей (якісне надання послуг, прибутковість, досягнення успіху, можливості саморозвитку)

***Когнітивно-праксеологічний***

- Володіння понятійним підприємницької культури в сфері послуг і туризму



Розуміння функцій підприємницької культури в сфері послуг і туризму  
 Знання психологічних закономірностей підприємництва у сфері обслуговування

Уявлення про менеджмент підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму

Уявлення про маркетинг підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму  
 Знання про особливості корпоративної культури на підприємствах сфери послуг і туризму

Володіння методами проектування підприємницької діяльності в сфері послуг і туризму

Здатність виявляти підприємницький потенціал об'єктів сфери послуг і туризму

Уміння раціонально розподіляти час

Уміння раціонально використовувати ресурси

Сформованість навичок ділової комунікації

### ***Особистісно-рефлексивний***

Прагнення ризикувати в підприємницькій діяльності

Здатність до прояву ініціативи в діяльності і спілкуванні

Здатність до лідерства в підприємницькій діяльності

Сформованість клієнтоорієнтованості в професійній діяльності

Сформованість організаційних умінь і навичок

Володіння навичками створення особистого позитивного іміджу

Адекватна оцінка професійних та особистісних якостей

Уміння прогнозувати власну підприємницьку діяльність у сфері обслуговування

Здатність виявляти й цінувати власні досягнення в підприємницькій діяльності у сфері обслуговування

Здатність виявляти невдачі в підприємницькій діяльності у сфері обслуговування та розуміння їх причин

### ***Соціально-етичний***

Сформованість етичної відповідальності перед професією

Обізнаність із загальними морально-етичними нормами ведення бізнесу

Уявлення про галузеві засади ведення бізнесу у сфері послуг і туризму

Здатність вибудовувати відносини з суб'єктами підприємницької діяльності у сфері послуг і туризму на гуманістичних засадах

Зорієнтованість на отримання прибутків чесним і законним шляхом

Володіння знаннями про соціальну відповідальність підприємництва у сфері послуг і туризму

Знання про соціально-етичні норми ділового спілкування

Відкритість до конструктивної взаємодії

Здатність вирішувати конфліктні ситуації в професійній діяльності

Здатність до створення позитивного психологічного мікроклімату на підприємствах

*Дякуємо за співпрацю!*

*Обробка та інтерпретація результатів:*

Визначення рівня сформованості кожного компонента підприємницької культури майбутніх фахівців здійснювалося за формулою:

$$R_k = \frac{n}{N}$$

де  $R_k$  – рівень досліджуваної готовності;

$n$  – фактична кількість балів, яку отримав досліджуваний;

$N$  – максимально можлива кількість балів.

*Інтерпретація одержаних результатів*

Рівень сформованості компонентів підприємницької культури	Коефіцієнт підприємницької культури
високий	0,88 – 1
достатній	0,75 – 0,87
низький	0,51 – 0,74
критичний	0 – 0,50

## Технологія використання фідбеку в освітньому процесі ЗВО<sup>6</sup>

**ЕФЕКТИВНИЙ ФІДБЕК**  
поради для викладачів

**ПОЯСНЕННЯ ЗАВДАННЯ**  
МЕТА ФІДБЕКУ В КОНТЕКСТІ ВИКЛАДАННЯ І НАВЧАННЯ, ПРИНЦИПИ, МЕТОДИ НАДАННЯ ФІДБЕКУ, ПРАКТИЧНА ЦІННІСТЬ ДЛЯ ВИКЛАДАЧА І ДЛЯ СТУДЕНТІВ

**КОНТЕКСТ**  
ОПЕРТЯ НА ОБ'ЄКТИВНІ ФАКТИ ПРО ДОСВІД ВИВЧЕННЯ КУРСУ

**ЧАС І СВОЄЧАСНІСТЬ**  
НАДАТИ ДОСТАТНЬО ЧАСУ ДЛЯ ЯКІСНОЇ ПІДГОТОВКИ ФІДБЕКУ, ВИКОРИСТОВУВАТИ ОДРАЗУ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ ЧИ ЦІЛОГО КУРСУ

**ПОДЯКА І ПРАВИЛЬНЕ ЗАВЕРШЕННЯ**  
ПОДЯКА СТУДЕНТАМ ЗА ПРОРОБЛЕНУ РОБОТУ, ПОВІДОМЛЕННЯ ПРО ТЕ, ЯК ФІДБЕК ВПЛИНУВ НА КУРС

*Напрями використання фідбеку в освітньому процесі ЗВО:*

- оцінка ефективності курсу (завдяки фідбеку можна виявити вплив дисципліни не лише на обсяг і якість знань, умінь, навичок, компетенцій, а й на особистісний розвиток здобувачів);

- покращення якості викладання (об'єктивний аналіз зворотного зв'язку сприяє самовдосконаленню викладачів, дозволяє побачити сильні і слабкі сторони, ефективність використаних форм, методів і засобів навчання);

- тренування корисної навички (надання фідбеку корисне не лише в освітньому процесі, а й в повсякденному житті, в майбутній професійній діяльності);

- натхнення (це допомагає студентам повірити у власні сили і брати активнішу участь у суспільному житті, відчувати залученість та відповідальність за освітній процес).

<sup>6</sup> Кальник К. Як викладачу отримати фідбек від студентів? URL : <https://medium.com/@karinakalnyk/чи-потрібен-викладачу-фідбек-від-студентів-f995e49aa60e>.

*Приклади запитань, якими можна скористатися для встановлення ефективного фідбеку:*

Чи зрозуміла Вам мета курсу, його структура?

Що з того, що Ви вивчали під час курсу, Вам найбільше і найменше сподобалося?

Як Ви зможете застосувати знання та навички, отримані під час вивчення курсу? Що допомогло або що завадило Вам їх набути?

Наскільки залученим/ою Ви відчували себе під час занять? Що викладач може зробити, щоб покращити цей компонент курсу?

Чи були Вам достатньо зрозумілими інструкції до виконання завдань у курсі? Що викладач може зробити, щоб покращити цей компонент курсу?

Які завдання курсу були для Вас найскладнішими і чому? Що викладач може зробити, щоб покращити цей компонент курсу?

Чи була Вам зрозуміла система оцінювання курсу (критерії оцінювання завдань, обґрунтування критеріїв тощо)? Якщо ні, то що викладач може зробити, щоб покращити цей компонент курсу?

Чи вважаєте Ви систему оцінювання курсу справедливою? Які рекомендації Ви маєте щодо її вдосконалення?

Чи відчували Ви, що Вас оцінюють справедливо? В яких ситуаціях Ви це відчували, а в яких — ні?

Чи отримували Ви достатньо якісного зворотного зв'язку від викладача і як це впливало на Ваше навчання?

Наскільки Вам було складно чи легко звернутися до викладача, якщо у Вас виникали питання, застереження або пропозиції?

Чого б Вам хотілося, щоб ми робили більше під час вивчення курсу?

Якій темі курсу Ви б хотіли, щоб було приділено більше уваги і чому?

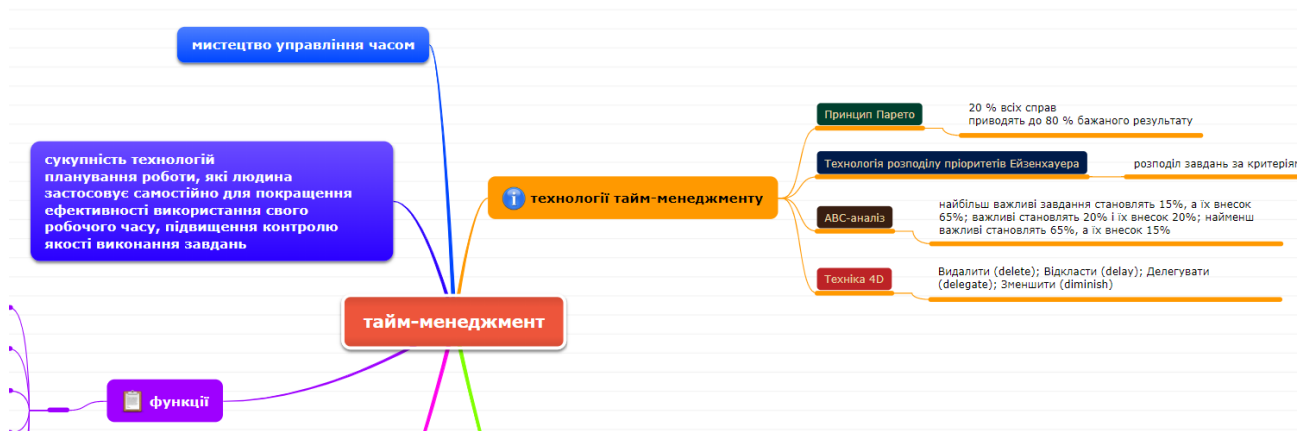
Чи виправдав курс Ваші очікування? Чому так або чому ні?

Чи порекомендували б Ви цей курс іншим студентам? Чому так або чому ні?



природний спосіб інтелектуальної діяльності людини; графічна фіксація думки на папері, впорядкування ідей у цілісну картину <sup>8</sup>.

*Завдання для студентів ЕГ:* розробити інтелект-карти на тему «Тайм-менеджмент» і презентувати їх зміст.



*Проектна технологія (метод проєктів)* – це система навчання, алгоритм дій якої передбачає проєктування і розробку під контролем педагога нових продуктів (товарів або послуг), що є результатом реалізації міжпредметних зв’язків і мають практичне значення<sup>9</sup>.

*Завдання для студентів ЕГ:* у межах вивчення навчальної дисципліни «Підприємницька культура фахівця сфери послуг і туризму» розробити груповий або індивідуальний проєкт за темами:

- Розвиток емоційного інтелекту підприємця сфери обслуговування.
- Клієнтоорієнтованість фахівця сфери послуг і туризму, як умова досягнення успіху у підприємницькій діяльності.
- Розвиток навичок ділової комунікації майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.
- Підвищення підприємницького потенціалу туристичних осередків Прикарпаття (локація за вибором студентів).
- Розробка і маркетингова оцінка рекреаційних можливостей нових туристичних маршрутів.
- Розвиток корпоративної культури підприємства сфери обслуговування.
- Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі.

<sup>8</sup> Інтелект-карти як інструмент ефективної роботи з інформацією : посібник для педагогів та учнів. Укл. Найдьонова А.В. Дніпропетровськ, 2016. 53 с.

<sup>9</sup> Янкович О., Беднарек Ю., Анджеєвська А. Освітні технології сучасних навчальних закладів: навчально-методичний посібник. О. Янкович, Тернопіль : ТНПУ ім В. Гнатюка, 2015. С.43



## Фрагменти студентських проєктів на тему «Підвищення підприємницького потенціалу туристичних осередків Прикарпаття»

### Селище міського типу Верховина



Селище Верховина до 1962 року називалось Жаб'є. Розташоване на річці Чорний Черемош (притока Черемошу), за 31 км від залізничної станції Ворохта. Населення — 5,9 тисячі осіб.

Перша письмова згадка про поселення Жаб'є датується 1424 роком, коли воно з монастирем на річці Рибниця (теперішнє місто Косів) було передане литовським князем Свидригайлом в дар місцевому багатчу Владу Драгосимовичу.

Існує легенда, що першим поселенцем в долині Чорного Черемоша був Жабка, від якого і одержало назву колишнє Жаб'є. За іншою версією, тут в заболоченій долині річки водилось багато жаб, звідки і пішла назва поселення.

**Як доїхати?**  
143  
Поїзд  
Київ — Івано-Франківськ  
232  
Поїзд  
Запоріжжя — Івано-Франківськ  
357  
Поїзд  
Київ — Рахів



### місто-курорт Косів

Згідно з одним легендарою назва походить від слова «кос» (гудульське назва дрозда), яких у лісах, що оточують Косів, було дуже багато. По ліній легенді князь Данило Галицький послав свого боярина Косича в гори з наказом зміцнити кордонів Галицької землі. Косич оселився в ділому гірському краї і його ім'ям було названо поселення.

Археологічні знахідки, зокрема кам'яних сокир та бронзових виробів, свідчать про те, що територія сучасного міста була заселена за часів неоліту й міді.

Івано-Франківськ Маршрут  
Жовтківка, Коломия, Чернівці, Івано-Франківськ, Косів, Рахів, Ворохта, Сторожинець, Івано-Франківськ

Піканики Косова у наш час — декілька музеїв, відомий сувенірний ринок у центрі міста, інститут прикладного та декоративного мистецтва. Студенти останнього випускники піканий совицької годинниці, встановлений на центральній площі міста. Традиції гудульської кераміки з успіхом пропонують сучасні майстри-гончарі, деякі з них пропонують майстер-класи з розпису для туристів.





### Село Татарів

Татарів — низькогірний кліматичний курорт, розташований у широкій долині річки Прут на висоті 750 м над рівнем моря. Перша згадка про село датується XVIII ст. А вже в кінці XIX ст. Татарів — відомий курорт. Тут мали свої вілли і приїжджали шолта на відпочинок гості зі Львова, Кракова, Варшави, Відня. У радянський час село дістало назву Кремніч, з незалежністю України історична назва повернулася.

Звідси здійснюють походи на гори: Хом'як, Лисня, Магуру і на Жецький водоспад.

Влітку тут є маса розваг для любителів активного способу життя — велоспрогулянки, сплави по річках, походи в гори, поїздки на квадроциклах і кінні прогулянки. А після енерговитратного заходу завжди можна сходити в лазню або сауну, щоб зміцнити здоров'я, а після в басейні в якості вечірнього фізичного навантаження або для лаунджевого відпочинку — вибирайте самі.

Хто ніколи не збирав в Карпатах гриби або ягоди, той не був повноцінно в Карпатах. Татарів оточений лісисто невисокими горами, повними грибами. А так як літо і початок осені — період збору грибів, вам слід не прогавити таку можливість. Але знайти грибочки може бути не так вже й легко без допомоги місцевих гудульців. У них протоптані спеціальні стежки до усіляких грибів галляників, а весь улов, де відомо, дістається тим, хто ранішею проклався і виїшов на потрібну стежку.

**Як доїхати?**  
1800  
Поїзд  
Кременчук — Ворохта  
243  
Поїзд  
Київ — Івано-Франківськ  
357  
Поїзд  
Київ — Рахів





«Світове кафе» («World cafe») — технологія, що передбачає простий процес взаємодії, спрямований на широкий обмін думками, ідеями й досвідом; ґрунтується на припущенні, що учасники вже мають уявлення для розв'язання навіть найважчих завдань. Дає змогу одержувати й використовувати глибокі знання про сутність речей. Учасники сідають за кавові столики, розмовляють і після закінчення певного часу переходять до інших столиків. Такі раунди обговорень створюють живу «мережу» обміну думками й розширюють, поглиблюють колективні знання.

Метафоричне отождоження всього світу з кафе підкреслює важливість мережі словесного обміну й особистих взаємин, які створюють умови для пізнання, але часто залишаються невидимими. Технологія використовується для виявлення й активізації колективного інтелекту (обмін знаннями); дослідження учасниками питань, що мають важливе значення; вирішення проблемних завдань; створення

можливостей виявлення нових оригінальних ідей; для стимулювання осмисленої взаємодії між виступаючими й аудиторією; стимулювання активності учасників; обміну досвідом (кейси) і думками <sup>10</sup>

*Завдання для студентів ЕГ:* робота в малих групах із загальною проблемою «Етика молодого підприємця: проблеми і шляхи підвищення».

*Хід роботи:* визначення мети створення світового кафе, обговорення процесу роботи; об'єднання студентів у групи за окремими столиками і обрання фасилітатора («господаря»); обговорення окремих питань, пов'язаних із загальною проблемою (наприклад, «Етика спілкування з партнерами», «Етика поведінки в конфліктних ситуаціях», «Етика спілкування із співробітниками і підлеглими» тощо); зміна столиків після першого раунду («господар» залишається на місці); підведення підсумків та узагальнення результатів роботи; аналіз досягнень і труднощів.

«Мозковий штурм» («*brainstorming*») – один з популярних інтерактивних методів, який спонукає суб'єктів навчального процесу проявляти творчість, розвиває вміння швидко аналізувати ситуацію, спираючись на життєвий досвід і знання всіх учасників обговорення. Висловлені ідеї систематизують, аналізують, виділяють ті, що допоможуть розв'язати проблему.

Перед виконанням завдання слід обговорити правила: висловлюйте все, що спадає на думку; не обговорюйте і не критикуйте висловлювання інших; можна повторювати ідеї, запропоновані будь-ким іншим; розширення вже озвученої ідеї заохочується<sup>11</sup>.

*Завдання для студентів ЕГ:* обговорення в малих групах проблеми «Підприємницька культура і бізнес: шлях до успіху»

*Хід роботи:* визначення мети роботи; об'єднання студентів у малі групи; обговорення правил роботи в групах; визначення терміну роботи; безпосередня генерація та обговорення ідей; представлення результатів; рефлексія.

*Метод кейсів («case study»)* – метод аналізу ситуацій; тим, хто навчається, пропонують осмислити реальну життєву ситуацію, опис якої одночасно відображає не тільки яку-небудь практичну проблему, але і актуалізує визначений комплекс знань, який необхідно засвоїти при розв'язанні даної проблеми. При цьому сама проблема не має однозначних рішень <sup>12</sup>.

Мета методу кейс-стаді – поставити студентів у таку ситуацію, коли їм необхідно буде прийняти рішення. Кейс – це події, які реально відбулися в певній

<sup>10</sup>Особистісний розвиток дорослих у неперервній професійній освіті [посібник] / авт. кол.: Аніщенко О.В., Баніт О.В., Василенко О.В., Волярська О.С., Дорошенко Н.І., Зінченко С.В., Сігаєва Л.Є. Київ: ІПООД НАПН України, 2016. С.19-20

<sup>11</sup>Особистісний розвиток дорослих у неперервній професійній освіті [посібник] / авт. кол.: Аніщенко О.В., Баніт О.В., Василенко О.В., Волярська О.С., Дорошенко Н.І., Зінченко С.В., Сігаєва Л.Є. Київ: ІПООД НАПН України, 2016. С.165

<sup>12</sup>Сисоева С.О. Інтерактивні технології навчання дорослих: навчально-методичний посібник / Сисоева С.О.; НАПН України, Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих. Київ: ВД «ЕКМО», 2011. С.206.



сфері діяльності і є основою для проведення обговорення в академічній групі під керівництвом викладача. У більшості випадків при використанні кейсу учасникам попередньо надається можливість ознайомитись із переліком обставин, підґрунтям яких є реальні чи уявні ситуації<sup>13</sup>.

*Завдання для студентів ЕГ:* виявлення особливостей використання емоційного інтелекту в підприємницькій діяльності сфери послуг і туризму; аналіз можливостей розвитку підприємницького потенціалу закладів сфери послуг і туризму в конкретному регіоні (на прикладі окремих населених пунктів); аналіз досвіду використання соціальних мереж для просування туристичного продукту, виявлення труднощів і досягнень;

*Тренінг* – засіб впливу, спрямований на розвиток знань, соціальних настанов, умінь і досвіду в галузі міжособистісного спілкування, засіб розвитку компетентності; активне групове навчання професійно корисним навичкам й адаптації до нової соціальної ролі з відповідною корекцією «Я-концепції» та самооцінки. Цілі тренінгу: отримання знань, формування умінь і навичок, розвиток психологічних установок, які визначають поведінку у спілкуванні та перспективні здібності особистості; корекція і розвиток системи відносин особистості; підтримка індивідуальних проявів самостійності і активності особистості<sup>14</sup>.

*Тематика тренінгових занять для студентів ЕГ:*

1. Клієнтоорієнтованість на підприємстві сфери обслуговування
2. Лідерство у підприємництві сфери послуг і туризму
3. Конфлікти у підприємницькій діяльності: проблеми і приховані ресурси
4. Особистісна ефективність: практика самоменеджменту
5. Емоційний інтелект фахівців у підприємницькій діяльності сфери послуг і туризму

<sup>13</sup>Miller, J. (1997). Case study in second language teaching. Queensland Journal of Educational Research, 13(1) P. 33-53

<sup>14</sup>Туркот Т.І., Коновал О.А. Т 88 Педагогіка та психологія вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Херсон: Олді-плюс, 2013. 466 с.

**Алгоритм підрахунку  $\phi^*$ - критерію кутового перетворення Фішера<sup>15</sup>**

1. Визначити ті значення ознак, які будуть критерієм для поділу дослідних на тих, у кого «є ефект» і тих, у кого «немає ефекту». Якщо ознака виміряна кількісно, використайте критерій для пошуку оптимальної точки розподілу.

2. Накреслити таблицю з 2-х стовпчиків і 2-х рядочків. Перший стовпчик — «є ефект» (високий і достатній рівень прояву критерію), другий стовпчик — «немає ефекту» (низький і критичний рівень прояву критерію). Перший рядок зверху — ЕГ (вибірка), другий рядок — КГ (вибірка).

3. Підрахувати кількість дослідних у першій вибірці, у яких «є ефект», і занести це число в ліву верхню комірку таблиці.

4. Підрахувати кількість дослідних у першій вибірці, у яких «немає ефекту», і занести це число вправу верхню комірку таблиці.

5. Підрахувати суму за двома верхніми комірками. Вона повинна співпадати з кількістю піддослідних у першій групі.

6. Підрахувати кількість піддослідних у другій вибірці, у яких «є ефект», і занести це число в ліву нижню комірку таблиці.

7. Підрахувати кількість піддослідних у другій вибірці, у яких «немає ефекту», і занести це число вправу нижню комірку таблиці.

8. Підрахувати суму по двох нижніх комірках. Вона повинна співпадати з кількістю піддослідних у першій групі.

9. Визначити процентні частки піддослідних, у яких «є ефект», шляхом відношення їх кількості до загальної кількості піддослідних у цій групі (вибірці). Записати отримані процентні частки відповідно в лівій верхній і лівій нижній комірках таблиці в дужках, щоб не переплутати їх з абсолютними значеннями.

---

<sup>15</sup> Вальчук О. А., Матохнюк Л. О. Особливості застосування статистичного критерію фішера в психолого-педагогічних дослідженнях. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2014. Вип. 38. С. 208-213.

10. Перевірити чи не дорівнює одна із часток, які порівнюються, нулю. Якщо це так, потрібно змінити це шляхом зсуву точки розподілу груп у ту чи іншу сторону. Якщо це неможливо або не бажано, відмовитись від критерію і використати інший критерій.

11. Визначити за таблицею «Величини кута  $\phi$  (у радіанах) для різних відсоткових часток:  $\sqrt{\quad}$  (за Урбахом В. 1964р.)» величини кутів для кожної з часток, які порівнюються.

12. Порахувати емпіричне значення  $\phi^*$  за формулою (4).

13. Порівняти отримане значення з критичними значеннями (5).

Таблиця Л.1

**Таблиці для обчислення  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера за компонентами підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму**

Компоненти підприємницької культури	Емпіричні частоти			
	КГ		ЕГ	
	Кількість студентів		Кількість студентів	
	«є ефект»	«немає ефекту»	«є ефект»	«немає ефекту»
	високий і достатній	низький і критичний	високий і достатній	низький і критичний
мотиваційно-ціннісний	53	52	80	22
когнітивно-праксеологічний	47	58	75	27
особистісно-рефлексивний	46	59	68	34
соціально-етичний	48	57	76	26

Таблиця Л.2

**Визначення  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера в ЕГ і КГ після формувального експерименту за мотиваційно-ціннісним компонентом**

групи	«є ефект»		«немає ефекту»		всього
	к-сть	%	к-сть	%	
КГ	53	50,5	52	49,5	105
ЕГ	80	78,4	22	21,6	102

Таблиця Л.3

**Визначення  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера в ЕГ і КГ після формувального експерименту за когнітивно-праксеологічним компонентом**

групи	«є ефект»		«немає ефекту»		всього
	к-сть	%	к-сть	%	
КГ	47	44,8	58	55,2	105
ЕГ	75	73,5	27	26,5	102

Таблиця Л.4

**Визначення  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера в ЕГ і КГ після формувального експерименту за особистісно-рефлексивним компонентом**

групи	«є ефект»		«немає ефекту»		всього
	к-сть	%	к-сть	%	
КГ	46	43,8	59	56,2	105
ЕГ	68	66,7	34	33,3	102

Таблиця Л.5

**Визначення  $\phi^*$ -критерію кутового перетворення Фішера в ЕГ і КГ після формувального експерименту за соціально-етичним компонентом**

групи	«є ефект»		«немає ефекту»		всього
	к-сть	%	к-сть	%	
КГ	48	45,7	57	54,3	105
ЕГ	76	74,5	26	25,5	102

## ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Зінькової Ірини Ігорівни

### «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»

представленою на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук  
зі спеціальності 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти

Упродовж 2017 – 2019 рр. в процесі професійної підготовки студентів спеціальності 242 «Туризм» і 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» факультету туризму та управління соціокультурною діяльністю ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» було апробовано результати дисертаційної роботи Зінькової І.І. «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму».

Розроблений авторкою методичний інструментарій для формування підприємницької культури майбутніх фахівців туризму та готельно-рекреаційної сфери було використано під час лекційних і практичних занять, самостійної та позааудиторної роботи, було доповнено тематику курсових робіт та студентських наукових проєктів. Реалізація сформульованих Зіньковою І.І. педагогічних умов в освітньому процесі сприяла формуванню мотиваційної готовності студентів до підприємницької діяльності, оволодінню студентами навичками підприємницької культури, самоменеджменту і самомаркетингу, збагаченню їх досвіду, усвідомленню цінностей і морально-етичних норм підприємницької діяльності в сучасних умовах. Проведена діагностика й порівняння рівня розвитку компонентів підприємницької культури студентів означених спеціальностей на початку та наприкінці дослідження засвідчила позитивний вплив методичних розробок авторки на ефективність освітнього процесу.

На засіданні кафедри організації туризму та управління соціокультурною діяльністю ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» обговорено результати впровадження методичних розробок І.І.Зінькової протокол № 12 від 28 травня 2019 року. Засвідчено, що педагогічні умови, розроблені здобувачкою, мають наукове і практичне значення та можуть бути рекомендовані до застосування в закладах вищої освіти під час професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Завідувач кафедри організації туризму та управління соціокультурною діяльністю  
кандидат наук з державного управління, доцент

підпис *В.В. Шинкерини*  
Начальник відділу кадрів  
Державного вищого навчального закладу  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
код 02125266  
29.05 2019 р.



*В.В. Шинкерини*  
Шинкеринець В.В.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА

01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9

Телефон: 234-11-08

E-mail: rector@npu.edu.ua; код ЄДРПОУ 02125295

31.10.19р. № 28

**Довідка**

про впровадження результатів дисертаційної роботи  
**Зінькової Ірини Ігорівни**  
на тему: «Педагогічні умови формування підприємницької культури  
майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»  
на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук  
зі спеціальності 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

Упродовж 2017–2019 рр. результати наукового дослідження І.І.Зінькової «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму» впроваджувалися в процес професійної підготовки бакалаврів додаткових спеціальностей 242 «Туризм» і 241 «Готельно-ресторанна справа» факультету менеджменту, освіти та науки Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Розроблений Зіньковою І. І. науково-методичний супровід для формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму було використано в аудиторній та позааудиторній роботі.

Теоретико-методичні та практичні рекомендації авторки було спрямовано на мотивування студентів до підприємництва, поглиблення знань, формування підприємницьких навичок і якостей, збагачення досвіду підприємницької діяльності.

Окрім зазначеного, було здійснено низку діагностичних процедур (опитування, анкетування, бесіда, педагогічне спостереження тощо) для моніторингу процесу розвитку компонентів підприємницької культури студентів під час апробації результатів дослідження.

Результати наукового дослідження І. І. Зінькової обговорено і схвалено професорсько-викладацьким колективом під час засідання кафедри

менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності  
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова  
(протокол №2 від 10.09.2019).та засвідчено їх ефективність і практичну  
значущість для оновлення процесу професійної підготовки майбутніх  
фахівців сфери обслуговування у закладах вищої освіти України.

**Завідувач кафедри менеджменту та  
інноваційних технологій соціокультурної діяльності  
Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова**

**доктор філософських наук, професор**



**Н.В. Кочубей**

**Проректор з наукової роботи  
Національного педагогічного університету  
Імені М.П. Драгоманова**

**доктор фізико-математичних наук, професор**



**Г.М. Торбін**





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ІВАНА ПУЛЮЯ

вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001. Тел. (0352)52-41-81. Факс (0352)25-49-83  
http://www.tntu.edu.ua, E-mail: univ@tu.edu.tc.ua. Код ЄДРПОУ 05408102

28.12.2019 № 2/28-3642 за № від

**ДОВІДКА**

**про впровадження результатів дисертації  
Зінькової Ірини Ігорівни «Педагогічні умови формування підприємницької  
культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму»  
на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук  
зі спеціальності 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти**

Упродовж 2017-2019 рр. на кафедрі управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету ім. І.Пулюя, впроваджувалися результати дисертаційної роботи Зінькової Ірини Ігорівни «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму».

Актуальність проблеми формування підприємницької культури студентів зумовлена потребами ринкової економіки, вимогою підвищення конкурентоспроможності фахівців сфери обслуговування і, відповідно, необхідністю удосконалення процесу їх професійної підготовки.

У процесі використання результатів наукових розвідок Зінькової І.І. було перевірено дієвість педагогічних умов та методичного інструментарію для формування компонентів підприємницької культури студентів другого і третього курсу спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Діагностичні методики, проведені під час констатуючого та формуючого етапів експерименту, дозволили виявити позитивний рівень розвитку компонентів підприємницької культури студентів означеної спеціальності та динаміку змін наприкінці дослідження.

Отримані результати засвідчили ефективність впроваджених методичних розробок Зінькової Ірини Ігорівни в освітній процес Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя, що обговорено і схвалено на засіданні кафедри від 06 грудня 2019 року протокол №6.

Завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України



Проректор з наукової роботи,  
доктор технічних наук,  
професор

В.М.Андрушків

Р.М.Рогатинський





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДРОГОБИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ІВАНА ФРАНКА

вул. Івана Франка, 24, м. Дрогобич, 82100; тел. (0324) 41-04-74, факс (03244) 3-38-77  
e-mail: [dspu@dspu.edu.ua](mailto:dspu@dspu.edu.ua), код ЄДРПОУ 02125438

Від «26» 11 2019 р. № 1554

Довідка

про впровадження результатів дисертації

*Зінкової Ірини Ігорівни «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму» на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук зі спеціальності 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти*

Упродовж 2017-2019 рр. на базі навчально-наукового інституту фізики, математики, економіки та інноваційних технологій Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка впроваджувалися результати дисертаційної роботи Зінкової Ірини Ігорівни «Педагогічні умови формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму». Актуальність проблеми формування підприємницької культури студентів зумовлена потребами ринкової економіки, вимогою підвищення конкурентоспроможності фахівців сфери обслуговування і, відповідно, необхідністю удосконалення процесу їх професійної підготовки.

У процесі використання результатів наукових розвідок Зінкової І.І. було перевірено дієвість педагогічних умов та методичного інструментарію для формування компонентів підприємницької культури студентів другого і третього курсу спеціальності «Менеджмент» (спеціалізації «Менеджмент підприємницької діяльності», «Менеджмент готельного, курортного і туристичного сервісу»). Діагностичні методики, проведені під час констатувального та формувального етапів експерименту, дозволили виявити початковий рівень розвитку компонентів підприємницької культури студентів означених спеціальностей та динаміку змін наприкінці дослідження.

Отримані результати засвідчили ефективність впроваджених методичних розробок Зінкової Ірини Ігорівни в освітній процес Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, що обговорено і схвалено на засіданні кафедри економіки та менеджменту (протокол №10 від 20.11.19).

Завідувач кафедри економіки та менеджменту,  
доктор економічних наук, професор

Кишакевич Б.Ю.

Проректор з наукової роботи,  
доктор педагогічних наук, професор

Пантюк М. П.

